

COWAY SUSTAINABILITY REPORT 2012

coway



보고서 개요

보고서 프로필

코웨이는 2005년 첫 지속가능경영보고서를 발간한 이래 매년 지속가능경영활동을 공개해 왔습니다. 올해 여덟 번째 발간하는 본 보고서를 통해 회사의 지속가능경영활동을 투명하게 공개하고자 하며, 나아가 이해관계자의 의견을 경영에 적극 반영하는 채널로 활용하고자 합니다.

보고 기간 및 범위

이 보고서의 보고기간은 2012년 1월 1일부터 12월 31일까지이나, 일부 항목의 경우 추세 비교를 위해 2010년과 2011년의 데이터를 사용하였고, 필요한 경우 2013년의 활동과 계획에 대한 정보도 일부 포함하였습니다. 이 보고서는 코웨이 서울사무소, 환경기술연구소, 환경품질연구소 및 생산본부를 중심으로 작성되었으며, 해외사업의 성과도 일부 기술하고 있습니다. 2012년에는 물류센터와 수처리사업이 추가되었습니다. 향후 해외사업부문의 사회, 환경 분야 활동에 대한 보고 범위를 지속적으로 확대해 나갈 계획이며 코웨이 전 사업장에 대한 균형 잡힌 지속가능경영 추진과 통합이 이루어질 수 있도록 노력하겠습니다.

보고서 작성 기준과 보고 원칙

이 보고서는 국제적인 가이드라인 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3.1 가이드라인을 참조하여 작성되었습니다. 이 보고서를 작성하는 과정에서 이해관계자들의 관심과 기대를 반영한 중대성 이슈를 도출하여 이에 대한 정보를 구체적으로 담고자 노력하였습니다. 코웨이는 앞으로도 매년 지속가능경영보고서를 발간할 계획입니다.

2011 보고서와 달라진 점

2012년은 코웨이에 많은 변화와 도전이 함께 했던 기간이었습니다. 이를 좀 더 잘 설명하기 위하여 CEO가 직접 매각 이슈에 따른 코웨이의 변화와 도전, 미래를 설명하는 섹션을 추가하였습니다. 더불어, 중대성 평가 매트릭스를 제시하는 데서 더 나아가 중대성 이슈에 대한 균형 잡힌 대응과 관리를 위하여 지속가능경영 프레임틀을 제시하여 코웨이 지속가능경영의 방향성을 공고히 하였습니다.

제3자 검증

코웨이는 이 보고서에서 제시하는 내용과 데이터의 정확성 및 충실성을 높이고 보고서 작성과정의 투명도를 제고하기 위하여 제3자 검증기관으로부터 검증을 받았습니다. 관련 정보는 74~75p를 참조하시기 바랍니다.

목차

회사 개요

핵심성과표	01p
CEO Message	04p
회사소개	08p
책임 있는 지배구조	10p
투명·윤리경영	12p
리스크관리	13p
중대성 평가	14p
이해관계자 참여	16p
R&D 투자와 혁신	17p
브랜드 가치 창출	18p
경제적 가치 창출과 배분	20p
2012 지속가능경영 Highlights	22p

1

고객감동경영

1.1 고객과의 소통 강화	26p
1.2 고객만족 프로그램 강화	26p
1.3 제품 안전성 및 제품 책임 강화	28p
1.4 고객정보보호 강화	30p

4

지역사회 참여 및 개발

4.1 지역사회 소통 및 참여 확대	54p
4.2 사회공헌 통합관리체계	55p
4.3 전략적 사회공헌활동	56p
4.4 사회적기대 및 요구 대응	59p

2

친환경경영

2.1 통합환경경영체계	34p
2.2 기후변화 대응 및 수자원관리	37p
2.3 친환경제품	40p
2.4 친환경 라이프사이클	42p

5

협력사 상생경영

5.1 협력사 소통과 커뮤니케이션	62p
5.2 협력사 통합관리체계 구축	63p
5.3 협력사 동반성장활동 강화	64p
5.4 협력사 참여와 공헌활동 확대	65p

3

임직원 가치 증진

3.1 임직원 소통과 참여 강화	46p
3.2 일과 삶의 조화 및 가족친화경영	47p
3.3 공정하고 투명한 인사-평가-보상체계 구축	48p
3.4 임직원 육성과 역량 강화	49p
3.5 신뢰와 상생의 조직문화 구축	50p

부록

경제 데이터	67p
인사 데이터	68p
환경 데이터	69p
협회 및 단체가입 현황/주요 수상 및 인증	72p
검증의견서	74p
GRI G3.1/ISO26000 인덱스	76p
UNGC/MDGs	79p
글로벌 네트워크	80p

핵심성과표

		2010	2011	2012
경제	자산총계(억원)	13,582	15,765	17,015
	매출액(억원)	15,018	17,099	18,068
	영업이익(억원)	2,535	2,425	2,278
고객	고객추천지수(NPS)	17.2	12.1	21.2
	렌탈 및 멤버십 계약 수(만대)	508	545	574
	페이프리* 현금액(억원)	151	241	336
환경	온실가스 배출량(CO ₂ e, scope 1+2, 순배출)	5,365	5,455	5,874
	에너지 사용량(GJ)	101,196	103,927	112,132
	용수 사용량(m ³)	87,133	72,356	91,555
	플라스틱 재활용량(톤)	5,040	6,094	6,081
임직원	임직원 수(명)	4,188	4,537	4,834
	여성비율(%)	70	68.6	66.3
	장애인 고용 현황(명)	45	38	39
	총 교육비용(억원)	18	24.8	11.5
지역사회	또또사랑 봉사단 임직원 수(명)	1,783	1,817	2,030
	또또사랑 봉사단 인당 봉사시간(시간)	17.3	18.4	18.1
	사회공헌 진행비+기부금(억원)	19.9	14.2	12.4
협력사	협력사 혁신활동 성과(억원)	-	48.6	38.9
	협력사 무이자자금 지원(억원)	-	20	17.8
	그린파트너십 인증 협력사 수(개사)	49	53	55
	기술지원 성과(입고품질, ppm)	369	149	142

*페이프리(PayFree)는 제휴를 통한 코웨이 고객서비스로, 페이프리 현금액은 제휴사 신용카드 사용 실적 포인트로 렌탈료를 납부한 총 금액임

코웨이 스토리

코웨이 신규 CI 및 슬로건

2013년 코웨이의 사명 변경과 함께 새로워진 CI는 코웨이 특유의 기업문화인 '젊음'과 '혁신'의 가치와 함께 고객을 최우선으로 하는 '신뢰'와 '믿음'의 가치를 담았습니다. 주황색은 젊음과 혁신을 포함한 '감성'을 상징하고, 파란색은 신뢰와 믿음을 포함한 '기술'을 나타냅니다. 가운데 위치한 그라데이션은 '감성'과 '기술'이 잘 융합된 '코웨이'를 상징하며 '고객을 생각하는 따뜻한 마음으로 최적의 기술을 만드는 기업'이 되겠다는 기업 철학을 표현하였습니다. 또한 '생활의 가치를 더하다'라는 슬로건 아래 환경을 건강하게 하는 기술, 사람을 행복하게 하는 서비스로 세상에 없던 새로운 가치를 만들어갑니다.

커버스토리

코웨이는 먹고, 자고, 숨쉬는 우리의 일상이 행복해야 한다고 생각합니다. 그것이 곧 우리의 삶이 행복해지는 것이기 때문입니다. 일상에 행복을 더하고, 생활에 가치를 더하기를 바랍니다. 2012년 코웨이 지속가능 보고서에서는 우리의 미래 가치인 아이들을 통해 더욱 '환경을 건강하게, 사람을 행복하게' 만들겠다는 코웨이의 의지를 표현하였습니다.



목차

회사개요	
핵심성과표	01p
CEO Message	04p
회사소개	08p
책임 있는 지배구조	10p
투명 윤리경영	12p
리스크관리	13p
중대성 평가	14p
이해관계자 참여	16p
R&D 투자와 혁신	17p
브랜드 가치 창출	18p
경제적 가치 창출과 배분	20p
2012 지속가능경영 Highlights	22p

1	고객감동경영
1.1 고객과의 소통 강화	26p
1.2 고객만족 프로그램 강화	26p
1.3 제품 안전성 및 제품 책임 강화	28p
1.4 고객정보보호 강화	30p

2	친환경경영
2.1 통합환경경영체계	34p
2.2 기후변화 대응 및 수자원관리	37p
2.3 친환경제품	40p
2.4 친환경 라이프 사이클	42p

3	임직원 가치 증진
3.1 임직원 소통과 참여 강화	46p
3.2 일과 삶의 조화 및 가족친화경영	47p
3.3 공정하고 투명한 인사-평가-보상체계 구축	48p
3.4 임직원 육성과 역량 강화	49p
3.5 신뢰와 상생의 조직문화 구축	50p

4	지역사회 참여 및 개발
4.1 지역사회 소통 및 참여 확대	54p
4.2 사회공헌 통합관리체계	55p
4.3 전략적 사회공헌활동	56p
4.4 사회적기대 및 요구 대응	59p

5	협력사 상생경영
5.1 협력사 소통과 커뮤니케이션	62p
5.2 협력사 통합관리체계 구축	63p
5.3 협력사 동반성장활동 강화	64p
5.4 협력사 참여와 공헌활동 확대	65p

3	부록
경제 데이터	67p
인사 데이터	68p
환경 데이터	69p
협력 및 단체 가입 현황/주요 수상 및 인증	72p
검증의견서	74p
GRI G3.1/ISO26000 인덱스	76p
UNGC/MDGs	79p
글로벌 네트워크	80p



CEO Message

항상 코웨이를 성원해 주시는 이해관계자 여러분께 감사드립니다.

2012년 코웨이는 웅진그룹에서 MBK파트너스로 최대주주가 변경되는 큰 변화를 겪었습니다. 이 과정에서 코웨이를 아껴주시는 많은 분들이 경영의 안정성과 지속가능성에 대해 우려를 표하기도 하셨습니다. 마침 장기화되는 경기침체로 경영환경조차 어려운 때여서 지배구조의 변화가 경영에 어떤 영향을 줄 것인지에 대한 우려는 적지 않았습니다.

그러나 코웨이는 이같은 변화를 도약의 전기로 삼는 지혜를 발휘하였습니다. 2012년 코웨이는 전년 대비 5.7% 성장한 1조 8,068억원의 사상최대 매출을 달성하여, 어떤 환경변화에도 꿋꿋하게 성장할 수 있다는 저력을 보여준 것입니다. 영업이익은 전년 대비 6.4% 감소한 2,278억원을 기록하였지만 이는 4분기에 불용재고 폐기 등 일회성 비용을 반영한 결과로, 일회성 비용을 제외한다면 영업이익에서도 4.9% 신장한 2,552억원의 영업이익을 실현한 셈이 됩니다.

급변하는 경영환경 속에서도 이같은 성과를 거둔 것은, 성숙한 조직역량을 바탕으로 조직의 효율성과 수익성 제고를 위해 노력한 덕분입니다. 무엇보다도 환경가전의 렌탈사업을 더욱 확대하고 신규 매트리스사업이 성공적으로 안착하는 동시에 고객의 니즈를 반영한 다양한 친환경제품 개발과 해외사업 매출 확대에 주력한 것이 큰 밑거름이 되었습니다.

그러나 그보다 더 의미있게 생각하는 바는, 다수의 외부기관으로부터 경영활동 전반에 대해 긍정적인 평가를 받았다는 점입니다. 2012년 코웨이는 '2012 대한민국 녹색경영대상' 대통령표창 수상, '대한민국 일하기 좋은 100대 기업' 일반서비스부문 대상 수상, 지식경제부 주관 '2012 품질경쟁력 우수기업' 선정 등 잇달아 의미 있는 상을 수상함으로써 각 분야에서 지속가능성장의 기반이 될 건강한 기업문화를 인정받았습니다.

이같은 성과를 기반으로 코웨이는 2013년 들어 새 CI를 제정하고 'THE Lifestyle Design Company'를 비전으로 선포하여 보다 강한 추진력을 가지고 지속가능경영을 실현하는 데 노력할 계획입니다. 특히 신개념의 고객가치를 창출하기 위해 고객서비스 확대 및 혁신활동 강화에 역량을 집중할 계획입니다.

새롭게 시작하는 코웨이가 더욱 건강하게 성장할 수 있도록 더 많은 격려와 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

홍준기
코웨이(주) 대표이사 사장

Q 2012년의 코웨이 매각 관련 이슈는 어떻게 진행되었으며, 이에 따른 경영변화는 어떤 것이 있습니까?

A 2012년 8월 당시 웅진코웨이는 지배주주인 웅진그룹으로부터 제3자 매각이 결정되었고, 그 이후 MBK파트너스가 30.9%의 지분을 취득하여 최대주주가 되었습니다. 이에 따라 웅진코웨이는 11월 27일 열린 임시 주주총회를 통해 사명을 '코웨이'로 변경하고, 웅진그룹으로부터 계열분리하여 MBK파트너스가 설립한 특수목적법인인 코웨이홀딩스의 가족으로 새롭게 출범하였습니다.

이를 계기로 코웨이는 더 나은 고객가치 창출을 위해 조직 전체가 심기일전한다는 취지에서, 코웨이 특유의 기업문화인 '젊음'과 '혁신'의 가치, 그리고 고객을 최우선으로 하는 '신뢰'와 '믿음'의 가치를 담은 CI(Corporate Identity)를 신규 제정하고, 2013년 1월 이를 선포하였습니다.

비전선포 THE Lifestyle Design Company

이어서 2월에는 'THE Lifestyle Design Company'라는 비전을 포함하여 코웨이의 미션과 핵심가치를 선언함으로써, 새 모습으로 새 출발하는 코웨이의 나아갈 방향 및 임직원이 공유해야 할 사고와 행동의 기준을 명확히 정립하였습니다. 이로써 코웨이는 경영구조적인 측면뿐 아니라 기업이미지와 조직문화 측면에서도 새로운 모습으로 탈바꿈하였고, 보다 안정적이고 유연하게 미래지향적인 경영을 추구할 수 있게 되었습니다.

하지만 이러한 변화 속에서도 사업의 연속성을 유지하여 경영의 지속가능성을 높였습니다. 특히 고객 가치 창출에 매진하여 사상 최대의 매출실적을 거두는 등 지속적인 성장세를 이어갔습니다. 한뼘 정수기, 다빈치 정수기, 데스크탑 얼음정수기 등 다양한 신제품을 출시하여 시장을 확대한 것과, 제습기, 가습청정기 등 고객의 니즈에 맞춘 라인업을 적극 확장한 것, 그리고 매트리스 렌탈 및 서비스 사업도 성공적으로 안착하는 것 등이 대표적인 성과라 할 수 있습니다.

CHANGE

Q 2013년 코웨이가 추구하는 방향은 무엇입니까?

A 새로운 변화를 통해 코웨이는 더욱 성숙했습니다. 새로운 마음가짐으로 고객에게 다가가서 더 큰 기쁨과 즐거움을 제공하는 고객감동 서비스를 확대 강화할 것입니다. 이를 위해, 고객맞춤형 서비스의 일환으로 2012년에 시작한 '하트 서비스'의 질과 내용을 한 단계 업그레이드한 '뉴 하트(New HEART) 서비스'를 본격적으로 추진할 계획입니다.

뉴 하트 서비스는 기존 하트 서비스에 비해 더욱 정교해졌을 뿐만 아니라, 하트 서비스 개선 아이디어 공모전을 통해 고객으로부터 접수받은 1만 2,000여 건의 아이디어 중 약 30% 가량을 엄선하여 추가 적용한 서비스로 무엇보다도 고객이 직접 참여하여 디자인한 서비스라는 점에서 그 의미가 더욱 크다고 생각합니다. 이처럼 코웨이는 항상 고객의 소리를 귀담아 듣고 고객의 의견을 경영에 반영함으로써 고객감동의 서비스를 실천해 나갈 것입니다.

코웨이가 중점을 두고 있는 또 하나의 방향은 기술혁신을 통한 시장 확대입니다. 지난해 코웨이는 매각 작업이 진행되는 가운데에도 세계 최초로 물맛을 선택할 수 있는 다빈치 정수기, 국내 최소 크기의 한뼘 정수기 등 차별화된 제품을 개발 출시하여 새로운 고객가치를 창출하였습니다. 올해는 풍부한 R&D 역량을 바탕으로 기술혁신에 더욱 노력하여 시장을 선도해나갈 것입니다. 한편으로는 신규사업에도 역량을 집중해나갈 것입니다. 코웨이는 2011년 11월 국내 최초로 매트리스 렌탈 비즈니스를 개발하여 고가의 매트리스를 합리적인 가격에 빌려주고 관리해주는 서비스를 시작하였습니다. 이는 기존에 없던 새로운 비즈니스 모델로, 새로운 시장을 창출하여 선점한 효과를 거두고 있습니다.

2013년 매출 목표 **19,200** 억원 2013년 영업이익 목표 **2,910** 억원

2013년에는 이 사업의 영역을 더욱 확대하여 침구류 토탈 케어 서비스를 런칭하는 등 신규사업 개발에도 역점을 둘 계획입니다. 이를 통해 사업영역을 다변화하고 수익성을 제고하는 동시에 고객에게 더 높은 부가가치를 제공하고자 합니다. 코웨이는 이같은 계획을 보다 역동적으로 추진하기 위하여 2013년 2월 새로운 비전을 선포하고 전 임직원의 의지를 결집하고 있습니다. 그리고 2012년 대비 6.3% 신장한 1조 9,200억원의 매출과 27.7% 신장한 2,910억원의 영업이익을 실현하여 이해관계자 여러분의 성원에 보답할 계획입니다. 이해관계자 여러분께서 더 많은 관심과 성원을 보내주시면 이를 추진동력으로 삼아 최고의 성과를 창출할 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.

CHALLENGE

회사소개

코웨이 회사소개

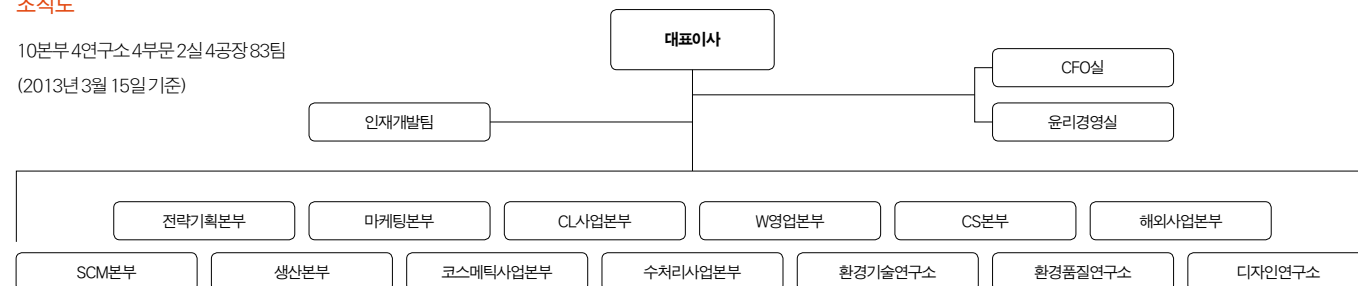
1989년 설립된 코웨이는 정수기, 공기청정기 및 비데 등을 생산하는 생활환경가전 기업으로서, 창립 이후 꾸준한 발전과 성장을 거듭하며 생활환경가전의 대중화와 전문화, 고급화를 주도해 왔습니다. 특히 간편한 물의 대표브랜드 '코웨이(Coway)'를 시작으로 맑은 공기를 상징하는 '케어스(CAIRS)', 즐거운 욕실문화를 표방하는 '룰루(LooLoo)', 그리고 음식물처리기 '클리베(CLIVE)' 등의 브랜드를 중심으로 2012년에는 사상 최대의 매출실적을 달성하였습니다. 더불어 혁신적인 기술력을 바탕으로 종합 수처리 사업에도 진출하여 빠른 속도로 수처리 분야의 선두주자로 나서고 있으며, 2010년에 런칭한 프레스티지 뷰티 브랜드 'Re:NK' 화장품도 소비자들의 호응 속에 꾸준히 성장하고 있습니다. 2011년에는 침대 매트리스를 합리적인 가격에 빌려주고 관리해주는 홈케어 서비스를 실시하여 렌탈서비스 시장에 새로운 트렌드를 이끌어가고 있습니다. 한편 코웨이는 2012년 웅진그룹에서 매각 분리되어 사명을 코웨이로 변경했습니다. 이에 따라 2013년 'THE Lifestyle Design Company'라는 새로운 비전을 수립하고 '고객을 생각하는 따뜻한 마음으로 최적의 기술을 만드는 기업'으로 나아가고 있습니다. 이를 계기로 코웨이는 책임 있는 글로벌 기업시민으로서 사람과 환경을 최우선으로 생각하면서 이해관계자들을 위한 새로운 가치를 창출할 수 있도록 앞으로 더 많은 노력을 기울이겠습니다.

코웨이 조직 현황

코웨이는 효율적인 조직체계를 바탕으로 지속적인 발전을 이어가고 있습니다. 2012년에는 경영환경의 변화에 대응하여 조직의 역할과 책임을 더욱 명확히 하고 업무효율성을 높인다는 취지에서 11본부 4연구소 4부문 2실 4공장 76팀(2012년 3월 기준)이던 기존 조직을 10본부 4연구소 4부문 2실 4공장 83팀으로 개편하였습니다. 더불어 CEO 직할로 윤리경영실을 신설하여 투명한 경영문화를 정착하고 윤리의식 제고 및 사회적 책임 이행 활동을 강화하도록 하였습니다.

조직도

10본부 4연구소 4부문 2실 4공장 83팀
(2013년 3월 15일 기준)



일반 현황

회사명	코웨이(주)
본사주소	충청남도 공주시 유구읍 유구리 658
직원수	4,707명(2012년말 기준)
설립일	1989년 5월 2일
대표이사	홍준기
업종	제조 및 판매업
주요생산품목	정수기, 공기청정기, 비데, 연수기, 음식물처리기, 수처리사업, 화장품 등

재무 현황

(단위: 백만원)

구분	2010	2011	2012
자산총계	1,358,254	1,576,459	1,701,508
부채총계	631,097	828,057	898,788
자본총계	727,157	748,402	802,729
매출액	1,501,812	1,709,868	1,806,833
영업이익	254,353	243,343	227,812
법인세비용	243,257	225,352	161,465
차감전순이익			
당기순이익	183,273	177,106	119,749

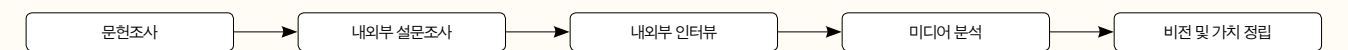
코웨이의 새로운 미션 및 비전



THE Lifestyle Design Company

코웨이는 2012년 웅진그룹에서 분리 매각되면서 사명을 코웨이로 변경하였고, 이에 따라 새로운 기업 정체성 확립이 필요했습니다. 또한 새로운 비즈니스 모델과 성장동력을 창출하여 가까운 미래에 비전을 달성할 수 있도록 임직원들에게 보다 명확한 방향성과 구체적인 목표를 도출해야 했습니다. 따라서 코웨이는 새로운 전략에 따른 기업 비전을 재수립하고 독자 브랜드로서 코웨이 핵심가치를 다시 정립했습니다. 코웨이의 새로운 비전은 회사 구성원 810명, 코드 12,552명, 소비자 500명 총 13,862명이 의견조사 및 수립과정에 함께 참여해 만든 코웨이의 새로운 미래가치입니다. 'THE Lifestyle Design Company'는 환경을 건강하게 하는 기술, 사람을 행복하게 하는 서비스로 새로운 생활방식을 제안하는 코웨이가 되겠다는 의미입니다.

비전 및 핵심가치 재정립 프로세스



책임 있는 지배구조

지배구조의 변동 현황

2012년 중 코웨이에는 최대주주가 바뀌는 큰 변화가 있었습니다. 이 변화는 기존의 최대주주였던 (주)웅진홀딩스가 재정적 위기를 극복하고자 2012년 2월 보유지분 매각을 결정하면서 시작되었습니다. 이에 따라 적절한 절차에 의거하여 사모펀드인 MBK파트너스와 주식매매계약을 체결하였고, 2013년 1월 2일 코웨이홀딩스주가 당사의 최대주주가 되었습니다. 매각지분은 특수관계인 지분을 포함하여 총 23,829,150주로, 이는 전체 발행주식수 대비 30.9%에 해당합니다. 최대주주 변경으로 인해 이사회의 구성원에도 변동이 발생하였는데, 기존 이사 중 홍준기 대표이사를 제외한 전원이 사임하고 2012년 11월 27일 임시주주총회에서 이사 6명(기타 상무이사 4인, 사외이사 2인) 및 감사 1인을 신규 선임함으로써 새로운 이사진으로 구성하였습니다. 2013년 3월 현재 코웨이는 이사 7명, 상근감사 1명으로 구성된 이사회를 운영하고 있습니다.

총 발행
주식수 **77,124,796**

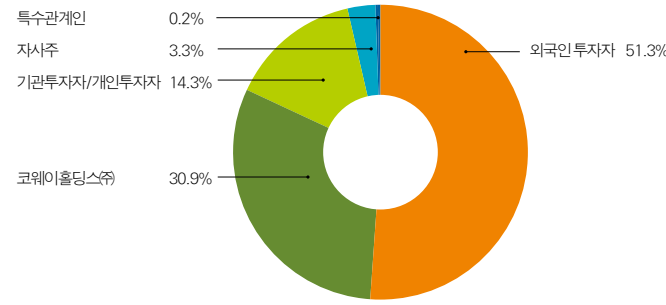
이사회 구성 현황

이사회는 회사정관에 따라 전문지식과 경험이 풍부한 전문경영인을 선임하고 회사의 중요한 경영현안에 대해 의사결정하며, 당면한 리스크를 사전에 예방하고 경영진의 업무성과를 자체적으로 평가하는 등 기업경영의 효율성과 공정성 제고를 위한 감시·감독의 역할을 수행합니다. 이를 위해 2명의 사외이사를 포함한 7인의 이사와 1인의 감사를 두고 있습니다. 이사회의 운영과 각 위원회의 활동내역에 대해서도 정기적으로 평가를 실시하고 있습니다. 코웨이의 사외이사 비율은 28.6%입니다.

감사

코웨이는 현재 감사위원회를 별도로 설치하고 있지 않으나 주주총회 결의에 의해 선임된 감사 1명(김경환)이 감사업무를 수행함으로써 독립적이고 투명한 이사회 운영이 가능하도록 역할을 다하고 있습니다. 감사는 이사회에 참석하여 독립적으로 이사의 업무를 감독할 수 있으며, 제반 업무와 관련하여 관련 장부 및 관계서류 제출을 해당부서에 요구할 수 있습니다. 또한 필요시 회사로부터 영업에 관한 사항을 보고 받을 수 있으며 적절한 방법으로 경영정보에 접근할 수 있습니다.

주주구성 비율



주주 구성 현황 (2013년 1월 2일 기준)

주주 구성	주식수	비율
● 외국인 투자자	39,541,883	51.3%
● 코웨이홀딩스*	23,829,150	30.9%
● 기관투자자/개인투자자	11,044,523	14.3%
● 자사주	2,520,000	3.3%
● 특수관계인	169,820	0.2%
● 우리사주조합	19,420	÷ 0.0%

* 코웨이홀딩스(주): MBK파트너스가 설립한 특수목적법인

이사회 구성 현황 (2013년 1월 2일 기준)

성함	직책	겸임직책
홍준기	대표이사	코웨이(주)대표이사, 이사회 의장
김영주	기타비상무이사	MBK파트너스 회장
윤종하	기타비상무이사	MBK파트너스 대표이사
부재훈	기타비상무이사	MBK파트너스 부사장
박태현	기타비상무이사	MBK파트너스 전무
최인범	사외이사	서강대학교 국제대학원 겸임교수/GMKOREA 상임고문
이준호	사외이사	모니터그룹 서울사무소 대표
김경환	감사	코웨이(주)상근감사

이사 보수 (단위: 백만원)

구분	인원수	지급총액	1인당 평균지급액
사내이사	4	801	200
사외이사	2	67	33
감사	1	155	155
총합	7	1,023	146

이사회 의 주요활동

이사회 개최수	15회(정기 4회, 임시 11회)
사외이사 평균 참석률	80%
이사회 주요안건	2012년 사업계획, 분기실적보고, 타법인 주식처분의 건, 자기주식 처분의 건, 임시주주총회 개최의 건 등

소액주주 보호활동

코웨이는 소액주주를 존중한다는 기본정신 아래, 소수주주 보호를 위한 장치로 관련조항을 회사정관 제16조에 명시하여 소액주주의 권리를 보호하고 있습니다. 특히 대주주와 차별없이 동일하게 각종 경영정보를 입수할 수 있도록 공정공시, 수기공시, 정기공시 등을 실시하여 정보공유의 공정성을 제고하는 데에도 노력하고 있습니다.

정관 제16조(소수주주에 대한 보호)

- 1) 주주는 상법 및 관계법령에 따라 단독주주 및 소수주주로서의 권한을 가지며 회사의 경영진은 그 권한을 존중한다.
- 2) 상법 등 관계법규에 규정된 주주는 회사에 대하여 이유를 붙인 서면으로 이사의 업무집행, 재산상태, 기타 회사의 경영에 관한 중요한 사항에 대하여 설명을 청구할 수 있고, 회사는 질의사항에 대하여 설명하는 것이 회사 및 주주공동의 이익을 현저하게 해하거나 회사의 기밀을 유출할 우려가 있는 경우가 아닌 한 이에 대하여 15일 이내에 서면으로 회신하고 관련정보를 제공하여야 한다.

배당

코웨이는 매년 약 45% 수준의 배당성향을 유지하며 결산배당을 실시해 왔습니다. 그러나 2012 사업연도에는 (주)웅진홀딩스 등과 코웨이홀딩스(주) 사이에 당사 지분의 매매가 이루어지는 등 '매각 이슈'에 따른 중대한 변화가 발생하였기에, 이같은 제반 사정을 고려하여 현금배당을 실시하지 않고 2013 사업연도 1분기에 분기배당을 실시하는 방안을 추진하기로 결의하였습니다. 2013년 1분기에 대한 분기배당안은 2012 사업연도에 대한 확정 재무제표와 2013년 1분기 영업실적을 기초로 2013년 4월 당시 이사회가 최종 결정할 예정이며, 특별한 사유가 없는 한 2011 사업연도 결산배당금액과 유사한 규모의 분기배당을 통상적인 결산배당금 지급시점인 4월 중하순에 지급하는 것으로 계획하고 있습니다.

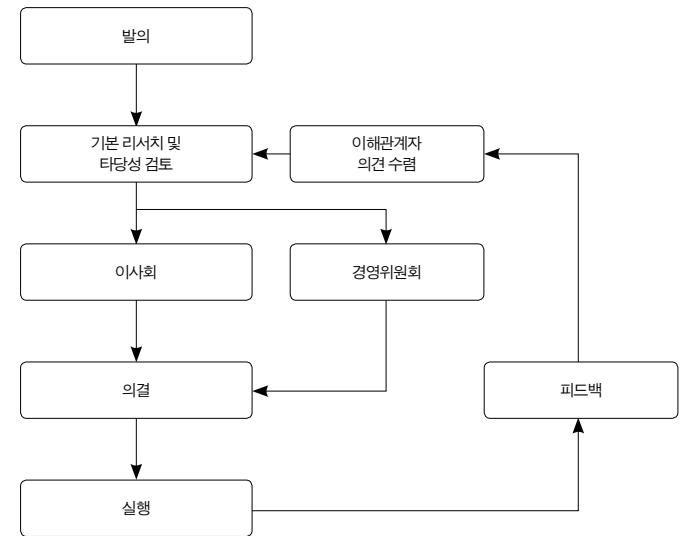
이자 현황

이자비용	288억원
이자수익	14억원
순이자비용	274억원

주요 투자 및 의사결정 프로세스 선진화

코웨이의 주요 경영현안에 대한 최고 의사결정기관은 주주총회와 이사회이며, 그 하위기관으로 경영위원회가 있습니다. 이사회는 주로 대규모 투자와 차입, 합병 및 분할 등 주요 결정사항에 대해 의사결정하며, 경영위원회는 당사의 효율적인 운영 및 신속한 의사결정을 위해 중요 사업전략을 수립하거나 소규모 금액의 투자와 집행 관련사항을 결정합니다. 경영위원회는 대표이사를 포함하여 이사회가 지정하는 총 3인으로 구성됩니다.

주요 의사결정 프로세스



주주-투자자 의견수렴

코웨이의 IR은 투자자와 '전략적 신뢰관계'를 구축하는 데 중점을 두어야 한다는 방침에 따라 운영되고 있으며, 가능한 많은 투자자에게 정확한 정보가 공평하게 전달되도록 다양한 IR활동을 전개하고 있습니다. 정기적으로 CEO 간담회를 실시하고 있으며, 국내외 투자자를 위한 NDR과 증권사 컨퍼런스에도 활발하게 참가하고 있습니다. 더불어 투자자에게 적시에 IR정보를 제공한다는 취지에서 기업탐방 활동도 적극적으로 실시하고 있습니다. 그 결과 2010년과 2011년에는 한국IR서비스가 수여하는 IR우수상을 2년 연속 수상한 바 있습니다.

애널리스트 및 투자자 대상 실적 발표

코웨이는 분기별로 영업실적이 잠정 집계되면 주주 및 투자자에게 공시를 통해 발표함으로써 모든 투자자에게 회사의 재무성과를 공정하고 투명하게 공개하고 있습니다.

주요 공시활동 현황

잠정 영업실적공시	코웨이는 매년 법에서 정한 공시규정을 준수할 뿐
분/반기보고서, 사업보고서	아니라 지속가능경영보고서, 탄소환경보고서와 같은
정기/임시주주총회관련공시	보고서를 발행하는 등 적극적으로 자발적인 공시노력을
타법인주식처분 결정공시	전개하고 있습니다. 그 과정에서 재무·비재무적인
자기주식 처분공시	성과와 향후 계획에 대한 균형 잡힌 공시기가 이루어질 수
지분변동공시	있도록 최선을 다하고 있습니다.
공정위 대규모 기업집단 현황공시	

투명·윤리경영

코웨이의 3C 윤리경영

코웨이 고유의 윤리경영 방식인 3C를 정립하고 전 임직원이 함께 실천하고 있습니다. 3C는 기업윤리강령(Code of Conduct), 윤리준수감독조직(Compliance Check Organization), 교육에 의한 공감대 형성(Consensus Ethic Education)을 뜻하는 말입니다. 코웨이는 윤리경영을 조직의 문화로 내재화하여 윤리적 리스크의 발생을 사전에 예방하고자 최선을 다하고 있습니다.

기업윤리강령(Code of Conduct)

코웨이는 윤리경영을 확산하여 생활규범으로 정착시키기 위하여 윤리강령을 제정하였습니다. 또한 윤리강령에 기반을 둔 '클린 코웨이' 문화를 조직 전반에 확산시키고자 전 임직원과 협력사를 대상으로 윤리의식 강화 프로그램을 실시하는 등 다양한 교육 및 홍보활동을 펼치고 있습니다.

윤리준수감독조직(Compliance Check Organization)

CEO 직할 윤리경영실 신설 — 2012년에 코웨이는 실효성 있는 전사 윤리경영의 추진 및 활성화를 위하여 CEO 직속으로 윤리경영실을 신설하였습니다. 윤리경영실은 법무팀과 진단팀, CP팀으로 구성되어 있는데, 조직운영 과정에서 발생할 수 있는 다양한 윤리적 리스크들을 사전에 예방하고 조직 전반에 걸쳐 윤리경영이 활성화되도록 관리시스템을 고도화하는 역할을 수행하고 있습니다.

비윤리행위 신고 프로세스와 신고자 보호 — 코웨이는 임직원의 금품 수수, 불공정한 업무 처리 및 비리 사실 등 비윤리적인 행위가 있을 경우 누구나 이를 신고할 수 있도록 사이버 제보채널인 'With Coway'를 운영하고 있습니다. 이와 함께 제보자의 신원이 노출되지 않도록 철저히 보호하고 있으며, 신고된 내용은 사내 윤리 제보 프로세스에 따라 신속하고 공정하게 처리하고 있습니다. 처리결과는 제보자에게 비밀리에 통보하는 동시에 이를 사려화하여 사내에 널리 공유함으로써 재발 방지를 위한 윤리의식 제고의 계기로 삼고 있습니다.

교육에 의한 공감대 형성(Consensus Ethic Education)

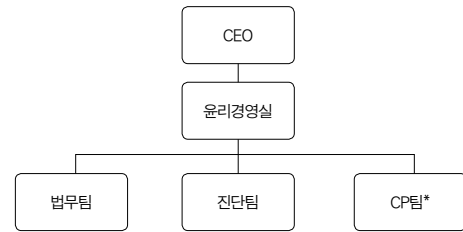
코웨이는 '클린 코웨이' 문화를 확산시키기 위하여 전 임직원과 협력사를 대상으로 윤리의식 강화 프로그램과 다양한 홍보활동을 병행하여 실시하고 있습니다. 2012년에는 영업 인력과 신규 입사자들을 대상으로 온/오프라인으로 정기적인 교육을 실시하는 한편, 자체적으로 윤리경영 교육영상을 제작하여 사내교육 및 화상미팅시에 활용하였습니다.

홍보(예방)활동 & 진단모니터링

구분	활동	내용
홍보(예방)활동	CEO메시지	윤리의식강화
	포스터	정도영업 준수
	온라인 팝업	법인카드 건전사용
진단 모니터링 활동	정기진단	연2회 전사업장 대상 실시
		연2회 법인카드 사용 모니터링
	상시모니터링	미스터리 쇼퍼 프로그램을 통한 불법판매 모니터링

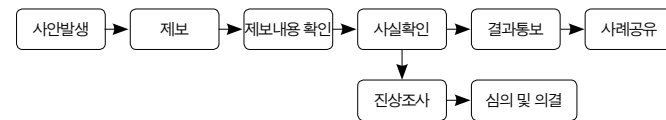
* 본사와 영업을 구분, 관리기준을 수립하여 모니터링 실시·분석하고 있음

윤리준수감독조직



* CP팀: Compliance Team

비윤리행위 신고 프로세스



윤리교육

구분	대상	회수	내용
온라인	영업본부	7회	정도영업 준수, 명의도용방지 등
오프라인	영업본부	매월	정도영업 준수, 사레공유
	신입사원 및 신규입사자	2회	윤리경영

변칙영업 근절을 위한 노력

코웨이는 윤리적인 영업활동을 정착할 수 있도록 변칙영업을 근절하기 위한 다양한 노력을 전개하고 있습니다. 우선, 윤리경영제도를 개선하여 변칙영업에 대한 문책 양정기준과 변칙영업 조사 프로세스를 재정립하고 책임기준을 강화하였으며, 미스터리 쇼퍼 활동을 통해 상시 모니터링을 실시하는 등 변칙영업을 사전예방하거나 적발하기 위한 프로그램도 마련하였습니다. 또한 변칙영업 예방활동의 일환으로 '7대 변칙영업 방지'에 관한 영상물을 제작하여 임직원 교육에 활용하였습니다.

2012 인사위원회 결과

징계 인원	징계 사유	징계 내용
85명	직무상 관리감독 소홀, 불건전 판매 행위, 변칙영업 행위, 법인카드 부적격 사용	유급 정직, 견책, 감봉 등

리스크관리

코웨이 리스크관리의 특징

코웨이는 발생 가능한 모든 경영리스크에 효과적으로 대응하고, 나아가 리스크로부터 새로운 기회를 창출할 수 있도록 리스크관리체계를 한층 강화하였습니다. 이에 따라 각 사업 및 본부에서는 향후 발생 가능성이 있는 새로운 리스크 이슈가 발견될 경우 이를 위기관리위원회와 공유하고 있으며, 해당 이슈에 전문성을 가진 조직책임자와 구성원들로 이루어진 위기관리위원회에서는 정해진 리스크관리 프로세스에 따라 관련 리스크의 위험수준을 사전에 예방하거나 완화하고 있습니다. 이와 함께, 리스크가 규명되면 관련 임직원의 역할과 책임을 명확히 하여 면밀하게 관리하고 있습니다.

리스크관리 프로세스

코웨이가 추구하는 리스크관리 프로세스의 특징은 영향도 분석에 있습니다. 영향도 분석이란 각 위기관리 이슈의 수준을 평가하는 것으로, 분석 결과에 따른 해당 이슈의 종류와 수준에 따라 위기관리팀과 위지지원팀, 언론대응팀 등 적절한 대응조직이 구성되어 운영됩니다. 위기관리팀은 해당 이슈에 대한 코웨이의 위기관리 활동을 책임지고 대응을 주도하고, 위지지원팀은 위기관리팀의 활동을 지원하고 협조합니다. 또 언론대응팀은 해당 이슈와 관련하여 언론대응 및 이해관계자 커뮤니케이션을 담당하게 됩니다. 코웨이는 이러한 대응활동으로 위기관리에 만전을 기하고 있으며, 위기상황 해소 이후에도 지속적인 모니터링 및 피드백을 통해 리스크 재발의 위험수준을 낮추고 있습니다.

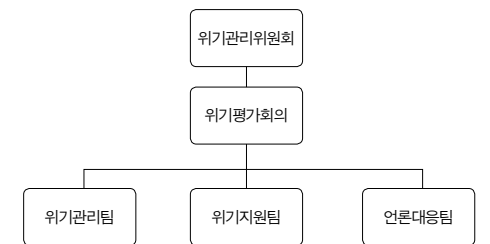
리스크를 기회로 활용하는 대응전략

코웨이는 효율적인 리스크관리를 위하여 전사 차원의 리스크를 재무리스크, 운영리스크, 재해리스크 등 3개 카테고리로 나누어 관리하고 있습니다. 2012년에는 유럽 발 경제위기, 원부자재 가격 상승, 경기침체 등의 재무리스크가 발생하였는데, 이미 정립되어 있는 리스크관리 프로세스에 따라 적극적으로 대응한 결과 어려운 경영환경 속에서도 2011년 대비 5.7%의 매출신장을 이끌어낼 수 있었습니다. 또 운영리스크 측면에서는 매각 이슈로 인해 기업평판 및 브랜드 호감도가 저하될 수 있는 위험에 직면하였으나, 투명한 정보공개, 선도적인 제품 개발 등을 통해 그 위험을 최소화하였습니다. 온실가스 에너지 목표관리제 실시에 대해서는 자발적으로 온실가스 감축에 적극 나서므로써 리스크를 극복하는 것은 물론 재무적 이익을 얻을 수 있는 기회로 삼았습니다. 이 밖에 지구온난화, 강수패턴 변화와 같은 재해관련 리스크 측면에서도 적절한 위기대응을 실시하여 위기를 기회로 살릴 수 있는 방안을 모색하고 있습니다.

리스크관리 프로세스

리스크관리 프로세스	담당	
1단계 정보수집	각 부서에서 실시간 정보 수집/ 위기 평가회의 소집	• 각 부서
2단계 영향도 분석	관련정보 분석, 위기수준 평가, 위기 경보 발령	• 위기평가회의
3단계 대응조직 구성	최상위 대책기구로 대응방향 및 주요 지침 결정	• 위기관리위원회
4단계 대응안 마련	대응방안 수립	• 위기관리위원회 • 위기관리팀 • 위지지원팀
5단계 대응활동	방안에 따른 대응활동	• 위기관리팀 • 위지지원팀
6단계 경과보고	위기 진행 사항 및 대응 결과에 대한 보고	• 위기관리위원회
7단계 모니터링 및 피드백	지속적인 모니터링 및 피드백	• 위기관리팀

리스크관리 조직도



중대성 평가

중대성 평가 개요

코웨이는 지속가능한 성장을 위해 다양한 이해관계자의 기대와 요구를 적극 수용하고 이를 비즈니스와 연계하여 활용도를 높임으로써 지속적으로 기업의 가치와 성과를 창출하고 있습니다. 또 지속가능경영과 관련된 내·외부의 다양한 고려요소를 도출하여 정기적으로 관리하는 동시에, 이를 수행하는 과정을 체계화하여 중대성 평가 프로세스로 운영하고 있습니다. 중대성 평가 결과 2012년에는 환경, 제품, 고객, 임직원, 경영 및 전략, 협력사, 사회 및 윤리 등 7개 영역에서 41개의 세부 관리이슈를 규명하여 개선활동을 진행하였습니다. 그리고 2013년에는 중대영역 5개와 기본영역, 상시영역으로 관리영역을 체계화하고, 각 영역의 핵심이슈 26개를 도출하여 개선활동을 시행하고 있습니다. 특히 2013년에는 이와 같은 중대성 평가 결과를 바탕으로 '코웨이 지속가능경영 프레임'을 수립하여 앞으로 1년 동안 시행할 지속가능경영의 추진방향을 명확히 제시하였습니다.

중대성 평가 프로세스 및 방법

코웨이의 중대성 평가는 글로벌 레벨 진단 평가와 이해관계자 설문 조사에 20%씩의 가중치를 부여하고 나머지 평가 프로세스는 공통적으로 10%씩의 가중치를 부여하여 평가하였습니다. 단계별 평가 결과, 리스크관리와 통합 지속가능경영 관리이슈가 가장 중요한 이슈로 도출되었으며, 이해관계자 설문조사에서는 제품 안전성, 제품 내 유해물질관리, 고객만족이 가장 중대한 이슈로 조사되었습니다.

중대성 평가 프로세스

Step 1. 지속가능경영 진단/평가 • 글로벌 지속가능경영 추진 기준에 따른 제 3자 전문가에 의한 진단 • 11개 테마 144개 세부 평가기준 → 이슈 Pool	Step 2. 미디어 및 웹 분석 • 인터넷 포털, 방송사 주요신문사에서 노출된 지속가능경영이슈 분석 • 월별 트렌드 분석 및 연간 비교분석	Step 3. 국제 표준 및 관련 법규 분석 • 국제 표준 및 관련 법규의 최근 변동사항과 이슈를 반영 분석 • ISO26000, GRI G3.1 UNGC, 10대 원칙 등	Step 4. SRI투자 가이드 및 평가지표 분석 • SRI투자 가이드 및 평가 지표의 최근 변동사항과 이슈를 반영 분석 • FTSE4GOOD, DJSI 등
Step 5. 선진기업 지속가능경영 분석 • 국내외 지속가능경영 우수기업 사례 분석 • 이해관계자 정렬, 핵심 관리이슈, 주요활동 등	Step 6. 경쟁기업 지속가능경영 분석 • 국내외 경쟁기업 지속가능경영 사례 분석 • 지속가능경영관리 시스템, 관리이슈, 주요활동 등	Step 7. 이해관계자 인터뷰/설문조사 • 다양한 이해관계자에게 지속가능경영 이슈 관심도, 우선 개선사항, 만족도에 대한 인터뷰/설문조사 실시 • 임직원 3,156명/고객 1,175 명/지역사회 140명 /협력사 40개사	Step 8. 중대영역 및 핵심 이슈 도출 • 도출된 영역 및 이슈를 카테고리화하여 제시 • 프레임을 활용한 2013년 지속가능경영 방향성 제시

2013년 지속가능경영 중대성 평가 결과



2012년 지속가능경영 중대성 평가 결과

2013 코웨이 지속가능경영 프레임



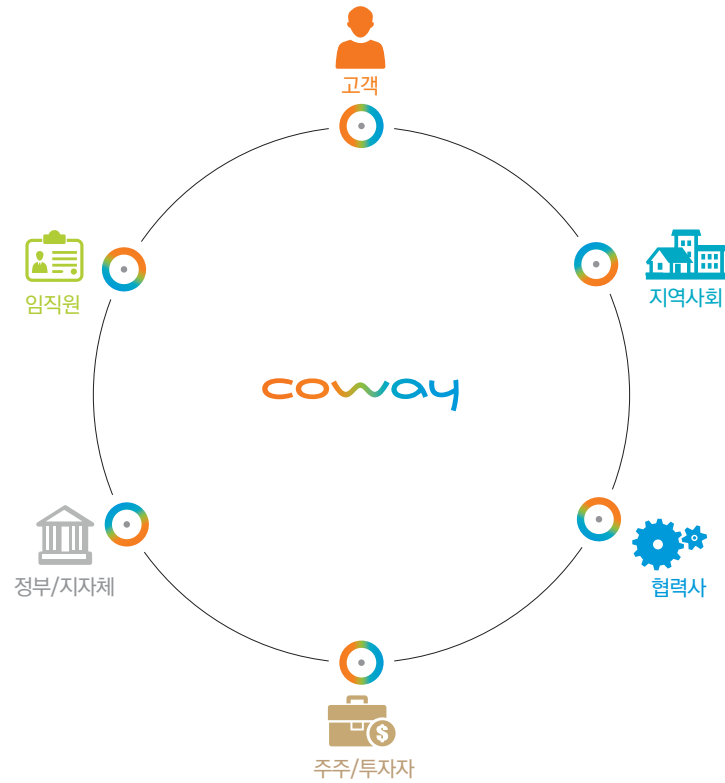
2013년 지속가능경영 방향 구축

지속가능경영 프레임은 지속가능경영 영역과 관리 이슈를 제시하는 모형입니다. 코웨이는 2013년 지속가능경영 중대성 평가를 통하여 이해관계자들의 기대와 요구수준에 따른 5대 핵심관리영역과 상시관리영역 그리고 기본관리영역에 걸친 26개 세부 관리 이슈를 규명하였습니다.

규명된 관리 이슈는 코웨이의 경영 전략과 비즈니스의 특성 그리고 조직문화를 고려하여 최적화된 형태로 조정되어 지속가능경영 방향을 제시하는 프레임으로 관리됩니다. 중대 영역으로 선정된 제품안전성, 고객만족 및 고객관계관리, 고객정보보호, 연구개발 등을 포함하는 고객감동경영 영역은 프레임에서 고객과의 소통, 고객만족 프로그램, 제품 안전성 및 제품 책임, 고객정보보호 등의 내부관리 이슈로 구체화되어 체계적으로 관리될 예정입니다. 더불어, 제품 내 유해물질 관리, 친환경제품 및 설비, 환경오염방지, 기후변화대응 등의 중대 영역들은 통합환경경영체제, 기후변화 대응 및 수자원 관리, 친환경제품, 친환경 라이프사이클 등의 이슈로 최적화되어 제시하였으며 전사 기능에 통합되어 실행할 예정입니다. 코웨이는 균형 잡힌 대응과 관리를 위하여 체계화된 지속가능경영 프레임 설정했습니다. 앞으로 지속가능경영이 비즈니스 전 과정에 통합되고 모든 임직원들의 업무에 내재되어 이해관계자 가치로 구현될 수 있도록 통합적인 지속가능경영관리체제 구축에 더 많은 노력을 기울이겠습니다.

이해관계자 참여

이해관계자 여러분의 의견을 존중합니다



코웨이는 기업의 지속가능성을 높이고 이해관계자를 위한 유·무형의 가치를 지속적으로 창출하기 위하여 해당 이해관계자들로부터 다양한 의견과 조언을 경청하고 있습니다. 뿐만 아니라 이해관계자와의 신뢰관계 구축 및 동반성장을 이루어나기 위하여 투명한 정보 공개는 물론 경영상의 다양한 이슈에 대해 관련 현업부서가 중심이 되어 각 영역별로 정기적, 비정기적 커뮤니케이션 활동을 활발하게 전개하고 있습니다.

<p>소통 채널 회사 웹사이트, 고객 웹사이트, CS 포털, VOC, 콜센터, 고객간담회, 고객만족도 조사</p> <p>주요 관심 사항 고객만족도 향상 노력, 차별화된 고객 서비스, 체계적인 고객 피드백 관리, 고객 불만 처리, 철저한 고객정보보호</p>	<p>임직원</p> <p>소통 채널 노사협의회, 고충처리제도, 인트라넷, 사보/SNS, 내부 소통 프로그램, 임직원 만족도</p> <p>주요 관심 사항 공정한 평가보상, 교육 및 역량 개발, 가족친화경영, 고용현황 공개, 비정규직 근무조건 및 복리후생</p>	<p>지역사회</p> <p>소통 채널 지역협의회(유구, 인천, 포천), NGO 미팅</p> <p>주요 관심 사항 지역사회와의 소통, 윤리경영 성과 공개, 다양한 사회공헌 및 자원봉사 활동</p>
<p>고객</p> <p>소통 채널 정부 산하기관 협의회, 공정거래위원회, 녹색성장위원회</p> <p>주요 관심 사항 법규 및 규제 준수, 민관 협력 파트너십</p>	<p>정부/지자체</p> <p>소통 채널 협력사 통합 사이트, Coway Partner's Day, 주요 협력사 협의회(공비회), 협력사 혁신활동 공유회, 협력사 만족도 조사</p> <p>주요 관심 사항 협력사 재무/기술/교육 지원, 협력사 환경/윤리경영 지원, 협력사 근무환경 개선</p>	<p>주주/투자자</p> <p>소통 채널 IR 사이트, 영업보고서, 이사회, 주주총회, 수시 IR 미팅</p> <p>주요 관심 사항 수익성 개선, 높은 배당정책, 건전한 기업지배구조, 사업 기회 및 위험 관리</p>

R&D 투자와 혁신

앞선 기술로 생활환경시장을 선도합니다

코웨이는 '항상 고객을 생각하는 따뜻한 마음으로 최적의 기술을 개발하는 기업이 되겠다'는 기업철학에 따라, 고객이 만족하는 제품을 만들기 위해 'R&D 중시 경영'을 펼치고 있습니다. 이는 코웨이가 성장해 온 원동력이자 누구도 따라올 수 없는 소중한 가치입니다. 코웨이는 연구인재들이 자유롭게 연구에 매진하여 최고의 고객가치를 구현하는 제품을 지속적으로 개발할 수 있도록 R&D 인프라에 대한 투자를 더욱 확대해 나갈 것입니다.



미래 경쟁력 강화

기존 제품군 신상품 개발 확대

- 공기 관련 신제품 개발 확대 - 41p

신사업 제품개발

- 유망 아이템 발굴(건강가전, 주방가전, 미용 등)

프로세스 효율화

초소형/친환경제품 개발 확대

- 혁신기술 적용 확대 - 41p
- 친환경 기술(에너지 절감) 적용 확대 - 41~43p

혁신/복합 제품 개발 강화

- 혁신적 차세대제품 개발 - 22p
- 제품 다각화(기능, 성능) - 29p

기존 사업 경쟁력 강화

제품 품질 및 원가 경쟁력 강화

- 소형화, 단순화, 공용화 통한 원가 절감 - 41p
- 전략적 해외 아웃소싱
- 혁신적 소재 개발

예산 관점 R&D 운영

- R&D 예산 관리 프로세스 운영

연구개발 비용

(단위: 백만원)

구분	2010	2011	2012
원재료비	6,319	8,265	8,072
인건비	15,719	19,121	20,052
연구개발비계	22,038	27,386	28,124
연구개발비/매출액비율	1.45%	1.60%	1.56%

R&D 인력 현황

(단위: 명)

구분	2010	2011	2012
박사	17	23	46
석사	15	156	137
일반	183	216	194
총합	315	395	377

연구원 인당 제품개발 수

2011	2012
0.33 모델/명(46 모델/140명)	0.40 모델/명(54 모델/136명)

R&D 지적재산권 현황

(단위: 건)

구분	2010	2011	2012
특허 및 실용신안	381	292	321

제품군별 특허 보유 현황

(단위: 건)

정수기	청정기	비데	연수기	음식물처리기	기타
849	309	309	141	205	483
37%	14%	13%	6%	9%	21%

* 2012년 제품군별 특허 보유 현황: 특허 2,296건

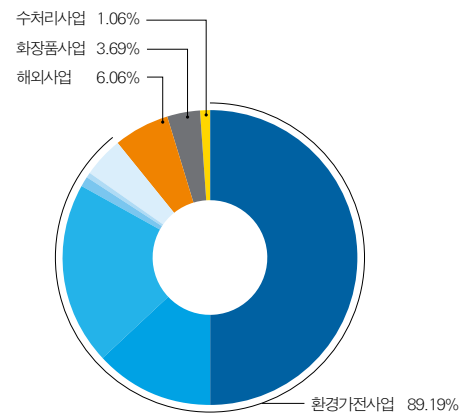
브랜드 가치창출

인간과 환경을 가장 소중하게 생각합니다

코웨이는 '코웨이' 등 환경가전사업의 4개 브랜드 가운데 정수기, 공기청정기, 비데 등 3개 제품의 브랜드가 업계 1위를 유지하고 있으며, Re:NK를 비롯한 화장품 사업의 브랜드들도 입지를 강화해 가고 있습니다. 코웨이의 모든 브랜드는 궁극적으로 '환경을 건강하게, 사람을 행복하게' 만들기 위한 가치를 창출하는 데 목표를 두고 있습니다. 코웨이는 최고 수준의 기술과 고객감동서비스로 행복한 고객, 건강한 환경을 구현하는 데 전력을 다하겠습니다.

브랜드별 2012 매출액 (단위: 백만원)

구분	브랜드	2012년 매출액	매출 비중(%)
환경가전사업	● 코웨이	902,940	49.97
	● 케어스	234,938	13.00
	● 룰루	360,702	19.96
	● 매트리스	24,048	1.33
	● 클리베	11,163	0.62
	● 기타	77,544	4.29
	소계	1,611,335	89.19
● 해외사업		109,576	6.06
● 화장품사업		66,706	3.69
● 수처리사업		19,198	1.06
기타		18	0.00
총계		1,806,833	100.0



Coway

환경가전사업

'코웨이(Coway)'에는 날로 심각해지는 수질오염을 방지하고, 항상 깨끗하고 건강한 물을 마실 수 있도록 모두의 마음이 하나로 모아지기를 바라는 코웨이의 바람이 내포되어 있습니다.

'케어스(CAIRS)'는 고객에게 가장 맑은 공기와 만족스러운 케어 서비스(Care Service)를 제공하고자 하는 코웨이의 소망이 반영되어 있습니다.

'룰루(LooLoo)'는 품격 있는 욕실문화의 발전에 이바지해 왔습니다. 룰루는 고객에게 건강하고 상쾌한 욕실문화를 약속해 드립니다.

'클리베(CLIVE)'는 기분 좋은 주방, 더 나아가 쾌적한 삶의 파트너를 추구하는 비전이 담겨 있습니다.

'매트리스 케어 렌탈'은 건강한 숙면을 위해 고품질·고기능의 매트리스를 합리적인 가격으로 렌탈하고 관리까지 받을 수 있는 신개념의 사업입니다. 깐깐한 서비스 역량을 바탕으로 숙련된 매트리스 관리 전문 가인 홈케어 닥터가 정기적으로 매트리스 위생을 관리해 드립니다.



화장품사업

'Re:NK'는 '새로 태어난 피부(Rebirth New Skin)'와 '신기술 지식혁명(Revolution of New Knowledge)'을 뜻하는 첨단 생명공학 화장품 브랜드입니다. Re:NK는 '스마트 뷰티 테크놀로지'로 최첨단 피부연구의 리더가 될 것을 약속합니다.

'올빛'은 정통 한방 방식의 미용원리와 처방을 현대적으로 재해석하여 개발하였으며, 동시대적으로 가치 있는 것을 만들고자 하는 올빛은 정신을 담고 있습니다.

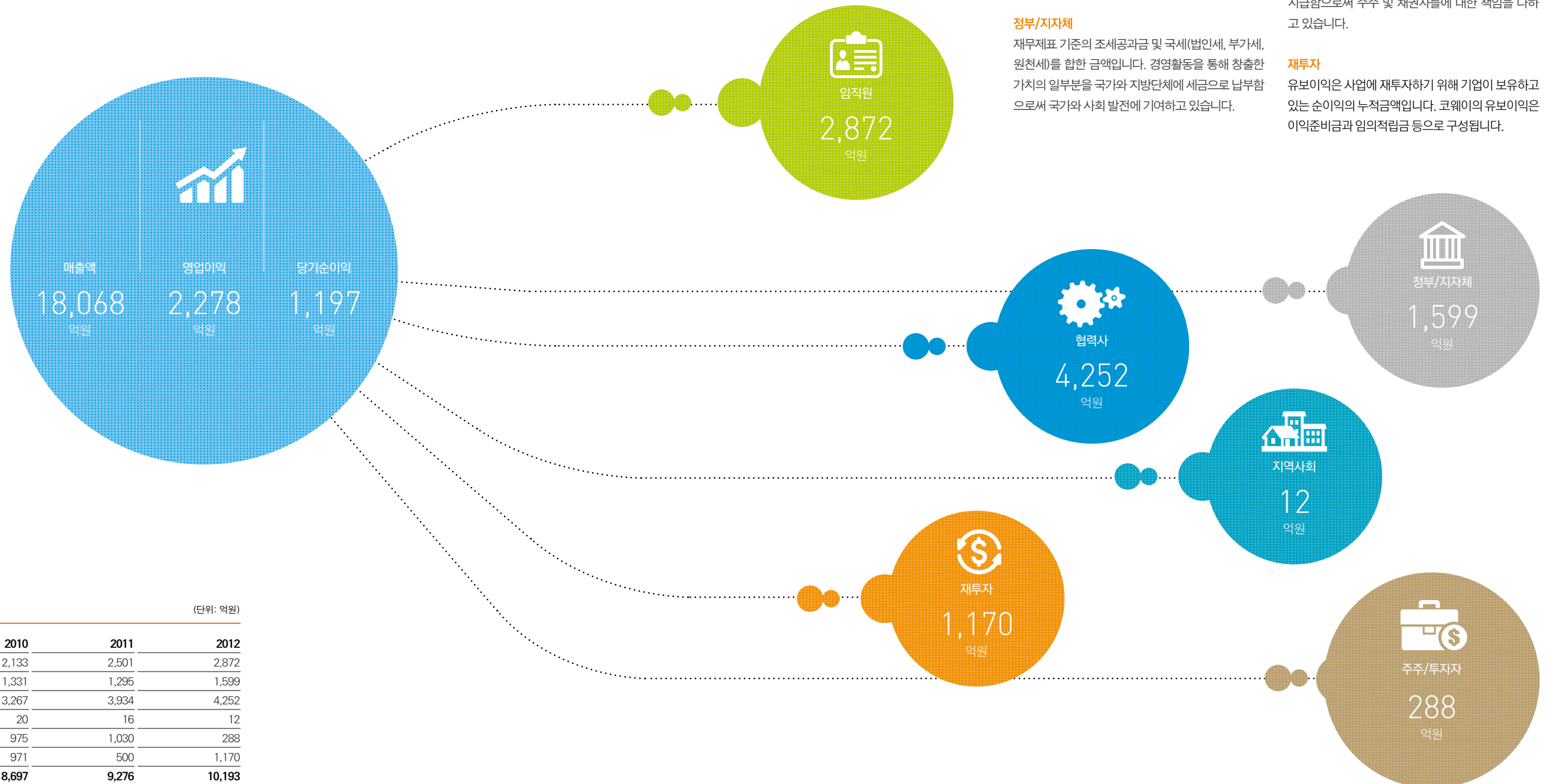
'네이처런스 프롬(NATURANCE Fromn)'은 '5대 양 6대륙의 희귀성분으로 만들어진 천연에서 온 화장품'을 의미하는 것으로, 자연과 조화를 이루는 아름다움을 추구한다는 철학을 담고 있습니다.



경제적 가치창출과 배분

경제가치의 창출과 사회 환원의 균형을 추구합니다

코웨이는 국내 최초로 '렌탈 마케팅'이라는 신개념의 비즈니스 모델을 개척하여 가격경쟁력을 확보하고 품격 있는 서비스를 구현함으로써 생활환경가전의 대중화를 선도해 왔습니다. 특히 2012년에는 효과적인 리스크관리 및 신제품 개발, 제품품질 제고, 다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션 등을 통해 지속적인 성장을 유지할 수 있었습니다. 코웨이는 비즈니스를 통해 창출한 경제적 가치를 각각의 이해관계자에게 환원함으로써 기업시민으로서의 책임을 다하고 있습니다. 향후에도 코웨이는 경제가치 창출을 위한 지속적인 노력을 통해 이해관계자 여러분들과 더 큰 가치를 나누는 기업이 되겠습니다.



(단위: 억원)

구분	2010	2011	2012
임직원	2,133	2,501	2,872
정부/지자체	1,331	1,295	1,599
협력사	3,267	3,934	4,252
지역사회	20	16	12
주주/투자자	975	1,030	288
재투자	971	500	1,170
총계	8,697	9,276	10,193

임직원

임직원에 대한 급여, 퇴직급여, 복리후생비를 합한 금액입니다. 임직원은 코웨이의 가장 소중한 자산입니다. 인재 육성 및 능력 개발을 위해 다양한 교육기회를 제공하고 있으며, 임직원들의 삶의 질 향상을 위한 다양한 복지혜택을 제공하고 있습니다.

지역사회

지역사회를 위한 사회공헌비 및 기부금입니다. 코웨이는 문화·예술, 공익지원활동, 학술·교육 지원활동, 환경보호활동 등을 위해 다양한 지원을 하고 있습니다.

정부/지자체

재무제표 기준의 조세공과금 및 국세(법인세, 부가세, 원천세)를 합한 금액입니다. 경영활동을 통해 창출한 가치의 일부분을 국가와 지방단체에 세금으로 납부함으로써 국가와 사회 발전에 기여하고 있습니다.

협력사

코웨이가 협력사를 통해 구입한 다양한 구매비용 금액입니다. 이 외에도 코웨이는 협력사의 재무상황과 경영성과에 따라 일정 기간 무이자로 자금을 지원하는 제도를 시행하여, 우수한 협력사가 일시적인 자금난으로 어려움을 겪지 않도록 지원하는 등 협력사의 경쟁력 향상과 경영 안정에 도움을 주고 있습니다.

주주/투자자

주주에 대한 배당 및 채권자에 대한 이자비용 금액입니다. 코웨이의 실질적 주인인 주주에게 실적을 통한 배당금을 지급하고 채권자들에게는 약정된 이자를 지급함으로써 주주 및 채권자들에 대한 책임을 다하고 있습니다.

재투자

유보이익은 사업에 재투자하기 위해 기업이 보유하고 있는 순이익의 누적금액입니다. 코웨이의 유보이익은 이익준비금과 임의적립금 등으로 구성됩니다.



2012 지속가능경영
HIGHLIGHTS

2012년 코웨이는 고객의 건강을 지키는 제품을 연구개발하고 지구환경을 보전하는 환경경영을 추구하면서, 소외된 이웃과 이해관계자의 공동번영을 촉진하는 다양한 활동을 전개하였습니다. 그리고 이를 통해 지속가능한 성장의 기반을 더욱 공고히 하였습니다. 앞으로도 코웨이는 모든 이해관계자의 가치를 증진하는 경영을 실현하면서 사회발전에 기여하는 건강한 기업으로 성장하겠습니다.



1. 새 CI, 비전 및 핵심가치 선포

코웨이는 새롭게 시작하는 기업으로서의 브랜드 이미지를 제고하고 새로운 마음으로 고객에게 다가가기와 새로운 CI와 비전 및 핵심가치를 개발하여 선포하였습니다. 재수립한 비전은 코웨이가 지난 24년 동안 쌓아온 고객의 신뢰와 기업철학, 그리고 시장을 선도하는 앞선 기술을 바탕으로 'THE Lifestyle Design Company'가 되겠다는 의지를 담고 있습니다.

2. 렌탈 비즈니스 확대

코웨이는 침대매트리스 렌탈 서비스를 타사 매트리스까지도 케어해주는 '매트리스 홈케어 서비스'로 확대 실시하는 등 새로운 영역으로 사업을 확대해 나가고 있습니다. 이는 안정적인 성장세를 보이고 있는 침대매트리스 렌탈 서비스를 확장한 신사업으로, 이를 통해 코웨이는 보다 많은 고객에게 건강한 생활환경을 제공하면서 생활환경기업으로서의 위상을 확고히 하고 있습니다.

3. 친환경 혁신제품 개발

코웨이는 차별화된 기술력을 바탕으로 혁신적인 친환경제품을 다양하게 개발하고 있습니다. 2012년에는 저수조가 없는 '다빈치(Da-Vinci)정수기'를 출시하여 위생문제 해결과 에너지 절감을 동시에 실현하였고, 기존 정수기에 비해 크기는 65% 줄이고 에너지 사용량은 50% 절감한 '한뼘 정수기'도 출시하였습니다.

이들 제품은 '기술을 예술로 승화시켰다'는 평가와 함께 2012년 신기술 인증(다빈치 정수기)과 장영실상을 수상(한뼘 정수기)하는 영예를 안기도 했습니다.

4. 녹색경영대상 대통령표창 수상

코웨이는 지식경제부와 환경부가 공동 주최한 '2012 대한민국 녹색경영대상'에서 종합대상인 대통령표창을 수상하였습니다. 이는 협력사를 아우르는 '통합환경정보시스템'을 구축하고 협력사와 '탄소 파트너십'을 맺어 지속적으로 이산화탄소 배출을 줄이는 등 비즈니스와 연계한 저탄소 녹색경영을 활발하게 추진한 공로를 인정받은 결과입니다. 이외에도 코웨이는 그린랭킹 국무총리상, '자원순환선도기업대상' 환경부장관상을 수상하고, CDP 선정 기후변화 대응 최우수기업에 선정되는 등 No.1 환경기업으로서의 위상을 공고히 하였습니다.

5. 아시아-태평양 실내환경연구센터 설립

코웨이는 한양대학교와 협약을 맺고 국내 최초로 실내공기 환경개선 연구를 목적으로 하는 '아시아-태평양 실내환경연구센터(APARCIEH)'를 설립하였습니다. 코웨이는 향후 3년간 이 연구센터에 10억원을 투자하여 실내 환경오염 문제를 집중적으로 연구하고, 그 결과를 산업에 적용하여 유해물질을 원천적으로 제거할 수 있는 제품 개발에 나설 계획입니다.

6. 품질경쟁력 우수기업 선정

코웨이는 지식경제부 기술표준원이 주최하고 한국표준협회가 주관하는 '2012 품질경쟁력 우수기업'에 선정되었습니다. 이는 2011년에 이어 2년 연속 선정된 것으로, 코웨이는 종합적 품질경영을 실현하기 위해 '코웨이 통합경영시스템'을 구축하여 제품 및 서비스 품질을 제고하는 등 다각도로 고객 감동경영을 실천한 점을 인정받아 우수기업에 선정되었습니다.

7. '대한민국 일하기 좋은 기업' 선정

코웨이는 GWP(Great Work Place) Korea가 주관하고 선정하는 '2012 대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에서 일반서비스부문 대상을 수상하였습니다. 2011년에도 제조업부문 대상을 수상한 바 있는 코웨이는 보다 즐겁고 유쾌한 근무환경과 조직문화를 구축하기 위해 노력하고 있습니다.

8. 대·중소기업 동반성장 협약 체결

코웨이는 중소 협력사들과의 동반성장에 더욱 박차를 가하기 위해 대·중소기업협력재단과 동반성장 업무협약을 체결하였습니다. 이를 계기로 코웨이는 협력사와 공동으로 강도 높은 혁신활동을 추진하여 동반성장한다는 방침을 세우고, 사내에 협력업체 전담조직을 구성하여 30개 주요 협력사를 중심으로 다양한 지원 프로그램을 가동하고 있습니다.

9. 물 부족 문제 해소 위한 활동 확대

코웨이는 지구촌 물 부족 문제를 해소하는 데 기여하고자 노력합니다. 2012년 3월 세계 최대 물관련 전시회인 '세계 물 포럼(6th World Water Forum)'에서 선보인 간이 정수장치는 컨테이너형 수처리장치로서, 상수 공급이 어려운 오지와 재해지역 등에서 깨끗한 물을 공급할 수 있는 새로운 해결책으로 눈길을 모았습니다. 이외에도 코웨이는 '유구천 가꾸기', '행복한 우물파기'와 같은 물을 테마로 한 사회공헌활동에도 앞장서면서 지구촌 물 부족문제 해소에 앞장서고 있습니다.

10. 업계 최초 국제안전인증센터 설립

코웨이는 2012년 5월 국제안전인증센터를 설립하였습니다. 유구공장 내에 준공한 코웨이 국제안전인증센터는 국제공인 규격의 시험장비를 구축한 국제공인시험기관으로, 첨단장비와 기술력을 바탕으로 제품 안전성에 대한 시험 및 인증관리 업무를 수행하게 됩니다. 코웨이는 제품 개발에서 인증관리까지 이어지는 '원스톱 인증시스템'을 구축함으로써 제품경쟁력을 강화하고 시장수요에 보다 신속하게 대응할 수 있게 되었습니다.



Material Issue 1
고객감동경영

OUR APPROACHES

코웨이는 고객의 만족과 가치창출을 위해 지속적으로 노력해 왔습니다. 코웨이의 고객감동경영은 고객과의 끊임없는 커뮤니케이션, 고객만족 프로그램 강화, 고객정보보호 강화, 제품 품질 및 안전성 강화 등 4가지 전략방향에 따라 추진되고 있습니다. 특히 고객중심경영(CCM: Consumer Centered Management) 체계를 도입하여 지속적인 고객감동을 구현하기 위해 체계적으로 관리하고 있으며, 뉴 하트 서비스를 통해 고객감동 서비스의 질을 높여가고 있습니다. 이처럼 코웨이는 차별화된 고객만족 전략을 수립하여 실천함으로써 시장에서 고객과 깊은 신뢰관계를 구축하고 있습니다. 그 결과 2012년에는 21.2%의 순 추천고객 지수(NPS)*를 기록하여 역대 최고 지수를 달성하였습니다. 앞으로도 코웨이는 고객의 기대와 요구를 앞서 파악하고 충족시킴으로써 고객이 보다 건강하고 행복한 삶을 창조할 수 있도록 노력할 것입니다.

* 순 추천고객 지수(NPS, Net Promoter Score): 기업이 충성도 높은 고객을 얼마나 보유하고 있는지 측정하여 나타내는 고객로열티 지표

OUR ACHIEVEMENTS

핵심관리이슈	2012 활동	페이지
고객과의 소통 강화	• 고객 의견의 비즈니스 적용 프로세스 수립	26p
고객만족 프로그램 강화	• CS 포털 통한 고객 참여 접근성 강화 • 콜센터 VOC파트 신설과 일 단위의 VOC모니터링 관리 체계화를 통한 고객클레임 대응속도 향상	26p 27p
제품 안전성 및 제품 책임 강화	• 국제안전인증센터 설립, 일일품질그물망제도 운영 • 정수기 및 공기청정기 필터 성능 향상	28p 29p
고객정보보호 강화	• 개인정보보호 솔루션을 통한 고객정보보호 강화 • 명의도용 방지시스템 도입	30p 30p

OUR KEY INDEX

렌탈 및 멤버십 계정 수	순 고객추천지수(NPS)
574 만대	21.2 %
PayFree 환급액	
336 억원	



1.1

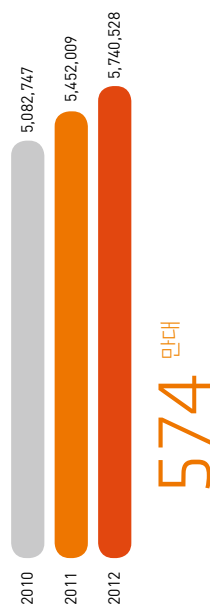
고객과의 소통 강화

코웨이는 모든 고객의 의견을 존중하고 고객의 요구와 입장을 고려한 최상의 서비스를 제공하여 고객의 생활에 도움이 되는 가치를 끊임없이 창출함으로써 고객으로부터 확고한 신뢰를 받고자 노력하고 있습니다. 이러한 고객중심의 경영을 전개한 결과 코웨이의 제품을 사용하는 고객은 지속적으로 증가하고 있습니다.



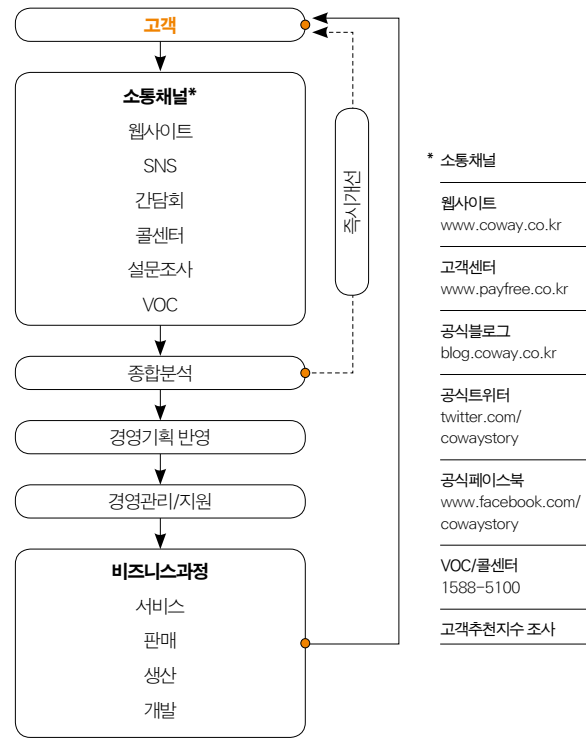
소통은 고객과의 신뢰관계를 구축하고 고객만족을 창출하는 가장 기본적인 단계입니다. 코웨이는 다양한 온/오프라인 채널을 통해 고객의 의견을 수렴하고 있습니다. 코웨이는 제품과 서비스를 개발하고 시행하는 데 고객의 의견을 적극 반영함으로써 고객만족의 수준을 높여가고 있습니다. 고객의 의견이 접수되면 정해진 절차에 따라 신속하게 종합분석을 실시하는데, 분석 결과 즉시개선이 가능한 의견은 곧바로 실무에 반영하여 조치합니다. 만일 즉시개선이 어려운 의견인 경우에는 중장기 과제로 상정한 후 비즈니스 과정에 적용하여 최종적으로 고객만족을 실현할 수 있도록 조치합니다. 고객과 소통한 결과는 고객 만족도 제고와 제품 품질 향상 등 긍정적인 성과로 나타나는 것은 물론 재무적 성과로도 이어지고 있습니다. 2012년에는 고객의 의견을 반영하여 개선과제를 추진한 결과 약 17억 5천만원의 재무적 성과를 거둘 수 있었습니다.

렌탈 및 멤버십 계정 수



* 기준: 렌탈 및 판매제품 수

고객의견의 비즈니스 적용 프로세스



1.2

고객만족 프로그램 강화

코웨이는 공정거래위원회가 주관하고 한국소비자원이 인증하는 '고객중심 경영(CCM: Consumer Centered Management) 인증'을 보유하고 있습니다. CCM은 회사의 경영활동을 소비자 관점에서 지속적으로 개선하고 있는지를 인증하는 제도로서, 코웨이가 고객감동경영체계를 운영하고 관리하는 토대이기도 합니다. 2012년에도 코웨이는 고객만족을 경영의 최우선 과제로 삼고, CCM을 중심으로 다양하고 특화된 고객만족 프로그램을 운영하여 고객가치를 더욱 높이기 위해 노력하였습니다.



CCM 활동

PL* 실패비용 절감 — 2012년 코웨이는 CS닥터, PL매니저 등을 대상으로 현장역량강화교육을 실시하고, PL대응체계를 대폭 개선하였습니다. 그 결과 PL접수 건수가 2011년 2,973건에서 2012년에는 2,673건으로 약 11% 감소함으로써 고객 만족도는 상승하고 실패비용은 절감하는 효과를 거두었습니다.

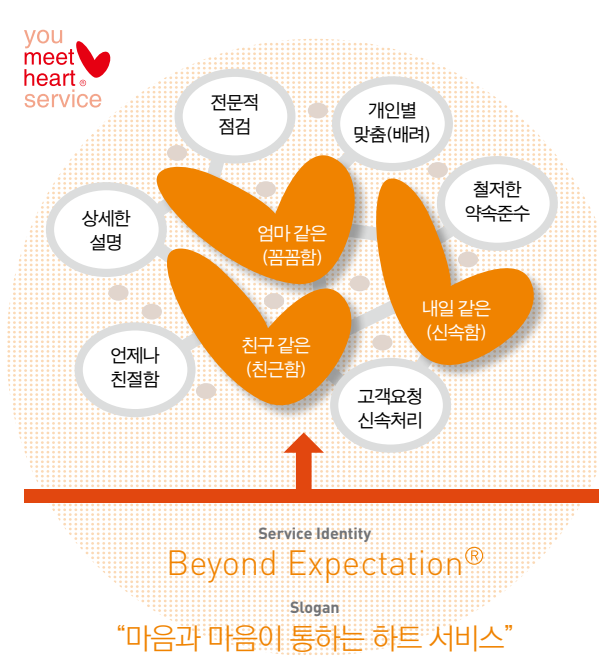
* PL(Product Liability): 제조물 책임

고객 관련 제도와 규정의 정비 — 코웨이는 고객과 관련된 다양한 제도와 규정을 개선하여 고객의 만족을 증진시켰습니다. 명의도용 방지 주문시스템을 구축하여 고객정보보호를 강화하였고, 멤버십제도를 효율적으로 개선하여 고객의 편의를 증진하였습니다. 더불어 계약서 이미지시스템을 구축하여 현장업무의 능력을 높임으로써 3.2억원을 절감하였습니다.

CCM 노하우 전파 — 코웨이는 회사가 보유한 CCM 운영의 노하우를 사외에 널리 전파함으로써 우리사회가 동반성장하는 기반을 마련하는 데 앞장서고 있습니다. 2012년에는 미래 핵심인재로 성장할 전국의 대학생 553명을 대상으로 CCM의 이해 및 기업CS업무 실습 등을 주요 내용으로 하는 CCM산학프로그램을 운영하였습니다. 또 경북 지역을 중심으로 CCM멘토제를 운영하여 해당지역의 중소기업 6개사가 CCM인증을 획득할 수 있도록 지원하였습니다. CCM멘토제는 코웨이가 멘토가 되어 우수한 CS환경과 CCM노하우를 멘티기업에 전수하여 기업경쟁력 강화에 도움을 주는 제도로, 2012년 시행 결과 소비자원에 접수된 멘티기업의 클레임 대응건수가 제도시행 전 178건에서 155건으로 약 15% 감소하는 성과로 나타났습니다.

New HEART Service

'하트(HEART) 서비스'는 고객과의 약속을 존중하고 고객의 건강한 삶을 지키기 위해 코웨이가 시행하는 대표적인 고객만족 서비스입니다. 그 일환으로 코웨이는 고객이 렌탈서비스를 이용하는 동안 최상의 제품상태를 유지할 수 있도록 A/S에 만전을 기함은 물론 365일(24시간) 콜센터를 운영하고 있습니다. 콜센터에서는 고객의 문의유형에 맞춰 각각의 전문상담사가 직접 고객만족을 위해 최선을 다하고 있으며, 매년 하트 서비스에 대한 고객과 전문 코디의 피드백을 받아 서비스에 반영하는 활동도 하고 있습니다. 2012년 하트 서비스는 고객감동 관리 등의 서비스 정체성을 강화하여 '뉴 하트 서비스'로 재설계하였습니다.



이와 함께 VOC(Voice of Customer) 관리를 고도화하고 CS포털시스템을 구축하는 등 고객 이슈에 대한 대응속도를 높일 수 있게 인프라를 개선함으로써 리스크관리 및 경영실패비용을 절감하고 있습니다.

고객감동관리 강화 — 코웨이는 고객이 직접 참여하는 고객감동경영을 위해 'WOW 서비스'라는 주제로 제품서비스 감동 사례와 아이디어 공모전을 개최했습니다. 직접별 고객관계 강화, 제품 및 서비스 강화, 커뮤니케이션 전략 등에 관한 아이디어가 총 1만 2천건이 접수되었고, 이 중 30% 정도의 아이디어를 '뉴 하트 서비스'에 적용 발전시켰습니다.

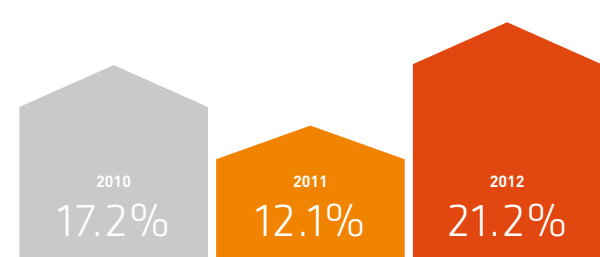
VOC(Voice of Customer) 관리 고도화 — 코웨이는 고객클레임에 대한 대응속도를 더욱 향상시키기 위해 콜센터 VOC 관리체계를 개편하였습니다. 2012년에는 콜센터에 VOC파트를 신설하여 부족한 인력을 충원하였고, 일 단위로 VOC를 모니터링하는 체계를 구축하여 실시간으로 파악된 이슈를 즉시 유관부서에 전달함으로써 조기에 개선할 수 있도록 관리체계를 고도화하였습니다.

고객클레임 스마트대응시스템 구축 — 2012년에는 제품관련 고객클레임 스마트대응시스템을 구축하여 고객분만에 신속하게 대응하여 처리할 수 있도록 하였습니다. 스마트대응시스템은 과거 12시간이 소요되던 제품클레임 초기 대응시간을 약 1시간으로 90% 이상 단축한 획기적인 방식으로, 고객 만족도 향상에 도움을 주었을 뿐 아니라 사고에 대한 정확한 원인파악과 프로세스 단순화를 가능하게 함으로써 비용을 절감하는 효과도 가져다 주었습니다.

고객클레임 대응

사고접수	콜센터상담사 스텝(서비스팀, 지국)	사고유형확인
	실명인증,이체계좌확인	처리응대및 A/S접수
조치/판단/보상협의	CSDr.	스마트폰활용 현장방문보
		고서등록(사진, 동영상 등)
		사고조치
	전담 매니저	실시간사고귀책판단
		보상협의

고객 만족도 조사 결과(NPS*조사)



* 순추천고객 지수(NPS, Net Promoter Score): 기업이 충성도 높은 고객을 얼마나 보유하고 있는지 측정하여 나타내는 고객 로열티 지표로서 기업경쟁력을 나타내는 척도로 활용
* 산출방법: NPS(단위: %) = 추천 고객 비중 - 비추천 고객 비중

1.3

제품 안전성 및 제품 책임 강화

코웨이는 지속적으로 고객가치를 창출할 수 있는 제품 품질을 확보하기 위해 꾸준히 노력하고 있습니다. 특히 코웨이 환경품질연구소가 중심이 되어 품질기획과 품질관리는 물론 품질보증과 품질개선을 위한 업무환경 개선에 주력하고 있으며, 품질사고 예방을 위해 전사적인 예방관리체계를 별도로 운영하는 등 생산성·품질 향상과 제품의 안정성을 강화하고 있습니다. 또한 협력사들이 스스로 연구개발역량을 높이고 보다 효율적인 업무시스템을 구축하여 궁극적으로 획기적인 품질향상을 이룰 수 있도록 협력사에 대한 품질컨설팅 등 다양한 지원활동도 병행하고 있습니다.



품질경영시스템

코웨이는 제품개발 단계에서부터 안전규격을 철저히 지키는 것은 물론, 경영활동 전반에 친환경경영을 내재화하여 친환경 측면에서도 최상의 품질경쟁력을 확보해가고 있습니다. 코웨이는 글로벌시장에서도 지속적으로 고객을 창출하고 고객이 기대하는 품질수준을 완벽하게 제공하기 위한 통합경영시스템을 구축하여 실천하고 있습니다. 이러한 노력에 따라 2012년에도 2011년에 이어 2년 연속으로 지식경제부 기술표준원으로부터 '품질경영력 우수기업'으로 선정되었고, '소비자가 선정한 품질만족대상'도 수상하였습니다.

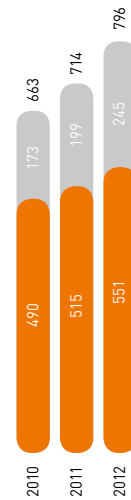
품질 혁신활동

코웨이는 다양한 품질혁신 활동을 전개하여 불량률을 줄이고 이를 통해 발생하는 성과를 재무적 이익으로 환산하여 관리하고 있습니다.

소비자안전 관련 인증 현황

(단위: 건)

- 신규인증
- 변경인증



* 인증내용: KC전기안전인증(국내), UL전기안전인증(미국), CE(유럽), PSE(일본), CCC(중국) 등

품질 혁신활동 및 성과

프로그램	활동 및 성과
협력사 비상대책 CEO 혁신대회	45개 협력사 CEO 및 임직원 85명 참석 주요 불량 현황, 품질정책 및 개선사항 공유
전사 OEM/ODM 관리 혁신정책 운영	업체 선정부터 사후관리까지의 5단계 혁신 활동 구축
신제품 품질 DR Gate 구축 운영	DR 프로세스 별 체크항목 제정 및 운영 사전 단계 검출 강화 및 실패사례 반영
고객관점/Abnormal 시험법 개발	고객관점 시험법 (20건) Abnormal (10건)
국제안전인증센터 준공	제품안전성 및 신뢰도 사외홍보 연간 품질관련 인증비용 4억 절감 및 인증 취득기간 50% 단축
해외 품질예방시스템 확대 적용	콜센터, Warranty 운영 프로세스 확대 정립
일일품질 그물망 운영	일 단위로 품질 Report를 발행하여 문제점 포착 후 개선 실행
품질예보제 운영	제품공정상의 리스크 예방을 위해 품질예보제 실행

정수기 Coway 필터링 시스템



정수기 필터 성능

환경호르몬	RO system 100% 제거
소독 부산물(20항목)	17항목 RO system 100% 제거 3항목 일부 제거 (Formaldehyde 13.2%, Acetaldehyde 13.7%, N-Nitrosodimethylamine 99.0%)
의약품질(22종)	RO system 100% 제거
금속류/기타(15항목)	8항목 RO system 100% 제거 7항목 일부 제거 (Beryllium 99.9%, Thallium 99.9%, Microcystin 99.9%, Iodine 98%, Cesium 97%, Barium 92%, Nickel 97%)

공기청정기 CAIRS의 필터링 시스템

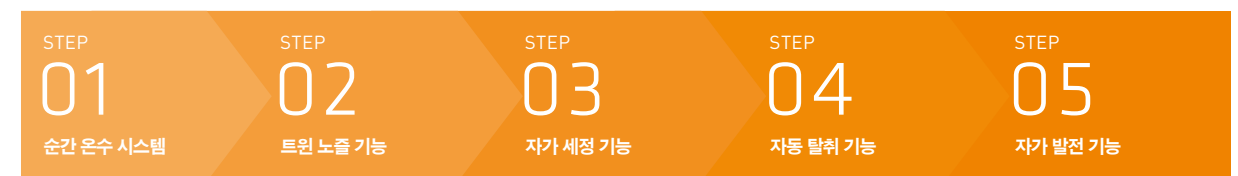


* VOCs(Volatile Organic Compounds): 휘발성 유기화합물

공기청정기 필터 성능

항바이러스 필터	유해바이러스 99.9% 사멸(충남대 독감 바이러스 연구소 서상희 교수 연구팀 실험 결과) 독감 바이러스 99.9% 사멸(해제거 실험, 일본 츠크바대학 실험 평가) 조류독감 바이러스 99.9% 사멸(AI 제거 실험, 일본 돗토리대학 실험 평가)
맞춤형 필터	황사 전용 필터: 집진 및 가스 제거율 실험 SO ₂ 90.9% 제거, 황사유사분진 85.7% 제거(부산테크노파크) 한집 전용 필터: 레지오넬라균 99.9% 제거(일본 교토대학교) 새집 전용 필터: 1m ³ 크기 내 지속적으로 일정 농도의 포름알데히드 주입 - 30분 이후 더 이상 농도 증가 없음(Mitsubishi Paper Mill) 한방 항균 필터: 대장균 99.9% 제거(대한한의사협회 인증 1호) 유아 전용 필터: 인플루엔자 필터와 H1 접촉 후 바이러스 제거 정도 측정 - 사멸(일본 츠크바대학) 알레르기 전용 필터: 알레르겐 제거 성능 - 5분 후 99% 제거(도쿄 농공대)

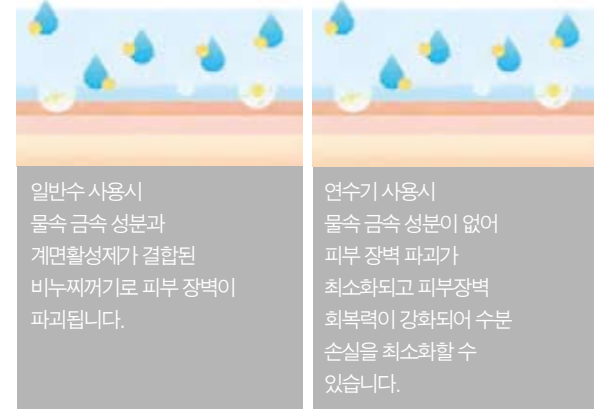
비데 LooLoo의 섬세한 기술력



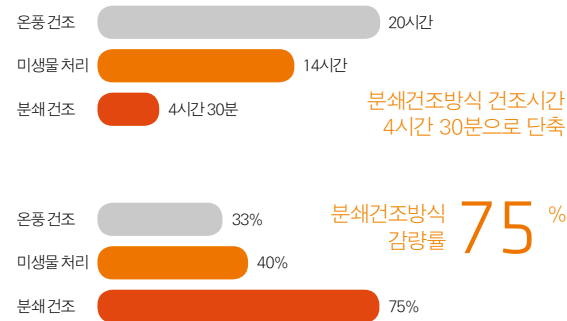
연수기 LooLoo의 피부 보호 노하우

물루 연수기는 물 속 금속 성분을 제거해 69.1% 더 촉촉하게 피부 속 수분을 지킵니다

69.1%



음식물처리기 CLIVE의 인정받은 기술력



책임 있는 마케팅 활동 강화

코웨이는 광고, 홍보 및 회사의 모든 마케팅 커뮤니케이션 활동과 관련하여 지역별로 규정돼 있는 관계법령 및 규정을 준수하고 있습니다. 더불어 모든 임직원이 윤리적이고 책임 있는 커뮤니케이션 의식을 내재화하여 고객에게 정확하고 객관적인 정보를 제공할 수 있도록 내부 검토(법무) 프로세스를 운영하고 있습니다. 특히, 제품 사용설명서와 사양 등의 정보는 고객의 안전과 밀접한 관계가 있으므로 항상 최신의 제품정보와 사용방법이 제공될 수 있도록 노력하고 있습니다. 이러한 노력으로 2012년 정보 제공 및 마케팅 관련 법령 위반 사항은 발생하지 않았습니다.

1.4

고객정보보호 강화

코웨이는 고객의 소중한 개인정보를 더욱 안전하게 보호하기 위하여 현재 운영하고 있는 개인정보 보안규정 및 관리 프로세스를 개선하였고 관련조직의 책임과 역할을 한층 강화하였으며, 고객 개인정보 조회시스템에 대한 임직원의 접근권한을 최소화하였습니다. 또한 고객정보 활용 이력을 철저히 관리하여 사고 발생시 책임을 명확하게 하는 온라인 프로그램을 운영함으로써 부당한 고객정보 이용을 사전예방하도록 노력하고 있습니다.

개인정보보호 솔루션

개인정보 보호 솔루션은 임직원의 업무용PC에 보관되어 있을 수도 있는 고객 개인정보 파일을 PC사용자에게 알려주어 사용자가 즉시 고객 개인정보 파일을 점검하여 삭제하거나 암호화함으로써 고객정보 유출을 사전예방토록 하는 솔루션입니다. 코웨이는 본사와 각 영업조직 전 PC에 개인정보보호 솔루션을 설치하였습니다.

명의도용 방지 시스템

코웨이는 제품 주문 프로세스에 명의도용 방지 시스템을 도입하여 스마트 주문시 입력편의성을 극대화하는 동시에 명의도용에 대한 리스크를 사전 예방토록 하였습니다. 명의도용 방지 시스템은 제품의 주문에서부터 설치에 이르기까지 각 단계별로 명의도용을 방지하는 인증 프로세스를 거치도록 하고, 단계에 따라 상황에 맞는 다양한 인증 방식을 적용하여 명의도용을 방지할 수 있도록 하는 시스템입니다.

명의도용 방지 시스템

구분	변경전	변경후
청약서접수	주민번호 앞뒤 계좌이체 정보 주문정보	주민번호 앞 6자리 계좌이체정보 본인인증방식 선택 주문정보
스마트주문	실명인증, 이체계좌확인	판매채IP폰 O/B권택, 녹취 계약자 본인인증, 실명인증, 이체계좌확인
출고의뢰		설치인증번호 발송
제품설치		설치전 설치인증번호 등록

2013 개인정보 보호강화 방안

코웨이는 개인정보보호를 더욱 강화하기 위해 2013년 전담팀을 신설할 예정입니다. 전담팀에서는 고객정보 유출방지를 위한 진단을 강화하고 개인정보관리체계의 기술적, 관리적 보호조치를 수행하게 됩니다. 또한 영업현장 인력과 임직원 대상 정보보호 교육을 강화하고, 개인정보처리시스템의 접근 권한 통제 및 모니터링을 강화하여 더욱 철저한 관리시스템을 구축할 예정입니다.

고객정보보호 원칙

1. 3단계 이상의 본인확인 절차 후 개인정보가 유출되지 않도록 철저히 관리
2. 휴대폰 인증 시스템을 통한 불완전 영업을 예방(명의도용방지주문시스템)
3. 고객정보 암호화 시스템(개인정보보호 솔루션)을 구축하여 개인정보 유출을 사전에 방지하고 통제
4. 상시 모니터링을 실시하고, 패널티를 강화하여 관련자에 대한 엄중한 처벌 실시
5. 판매인들의 영업 등록시부터 지속적인 윤리경영 교육을 통해 변칙을 사전에 방지
6. CCMS 도입과 운영, 고객정보보호 등 책임활동을 수행하며 소비자불만 자율관리 프로그램을 통해 고객불만 예방활동을 수행

제품안전성 확보를 위한 노력

2012년에 실시한 '지속가능경영 중대성 평가'에서는 제품의 안전성이 이해관계자가 생각하는 가장 중요한 이슈인 것으로 나타났습니다. 이에 코웨이는 제품의 품질과 위생을 향상시키기 위한 활동을 더욱 강화하였습니다. 더불어 제품 판매 이후에도 지속적인 관리서비스를 실시하여 제품안전성에 대한 신뢰감을 제고하는 등 이해관계자의 요구에 적극적으로 대응하고 있습니다.

국제안전인증센터 준공

코웨이는 2012년 5월 국내 환경가전업계 최초로 국제안전인증센터를 설립하였습니다. 유구공장에 위치한 국제안전인증센터는 국제공인 규격의 시험장비를 다양하게 구축하고 제품안전성에 대한 시험 및 인증관리 업무를 수행합니다. 현재 국제안전인증센터는 전기안전(Safety), 전자파(EMC), 대기전력(Energy) 등의 분야에서 120여 종의 전문 시험장비를 보유하고 있습니다. 그리고 이 장비들을 활용하여 제품의 안전성을 평가하여 감전이나 화재와 같은 위험요소들을 제거하고 외부환경에 의한 전자파의 적합성 평가, 에너지 절약 시험 등의 안전요소에 대한 검증을 실시하고 있습니다. 국제안전인증센터가 가동함에 따라 코웨이는 각 국가별로 상이한 규격에 대응하여 최적의 제품을 개발·생산함은 물론, 세계 각국의 주요 인증을 취득하는 데 소요되는 비용을 30% 절감하고 취득기간을 50% 단축하는 경제효과를 거둘 수 있게 되었습니다.



정수기 위생서비스 개선

코웨이는 2009년 도입한 제품 내부의 살균순환세정 서비스인 '하트플러스 서비스'를 전체 고객을 대상으로 확대하고, 업계 최초로 정기적인 부품 교체 서비스인 '리본(Reborn) 서비스'를 도입하여 정수기 위생관리를 한층 강화하였습니다. 이를 통해 기존에는 렌탈 고객에 대해 한정적으로 제공되었던 하트플러스 서비스를 멤버십 고객까지 확대하여, 고객이 제품을 사용하는 전체 기간에 걸쳐 제품의 위생성을 강화하였습니다. 또한, 제품을 5년 이상 사용한 멤버십 가입 고객 전체를 대상으로 내부 유료 및 파우셋 등 제품 위생성과 직결된 주요 부품에 대해 교체 서비스를 시행하고 있습니다. 이를 통해 제품의 특성에 따라 차별화된 위생서비스를 적용하여 위생관련 리스크를 해소함과 동시에 서비스 비용의 효율성을 높이는 효과를 가져왔습니다.

- 하트플러스서비스대상
- 변경전: 렌탈 고객
- 변경후: 렌탈 및 멤버십 고객





Material Issue 2
친환경경영

OUR APPROACHES

코웨이는 환경경영의 미션과 비전, 그리고 기후변화 대응 중장기 목표를 명확히 수립하고 사업의 환경영향성을 최소화하기 위한 노력을 지속적으로 기울이고 있습니다. 2012년에는 유해물질관리체계를 확대하는 등 통합환경경영체계의 운영을 고도화하였으며 제품 회수와 재활용 활동을 확대하고 환경영향성 관리를 강화하였습니다. 뿐만 아니라 탄소전과정평가 IT 시스템을 구축하는 등 기후변화 대응과 온실가스 감축을 위한 활동을 지속적으로 추진하였으며, EHS 통합환경경영정보시스템 구축과 임직원 건강증진 프로그램 운영 등 안전하고 건강한 작업환경을 만들기 위한 노력도 더욱 심화하였습니다. 무엇보다도 친환경제품 요소를 구체화하고 이를 반영한 연구·개발 프로세스를 확립하여 친환경제품을 지속적으로 늘려감으로써 환경경영활동이 제품과 서비스로도 구현되는 전과정체계를 구축하였습니다.

- 환경경영 미션: 자연과 인간이 함께 걷어가는 길, ECO-WAY(Eco+co+way)
- 환경경영 비전: 건강한 내일을 디자인하는 THE 1st Green Global Leader
- 기후변화 중장기 목표: 2020년까지 2010년 대비 온실가스 원단위 50%, 절대량 1% 저감

OUR ACHIEVEMENTS

핵심관리이슈	2012 활동	페이지
통합환경경영체계	• 중장기 로드맵과 추진전략 설정	34p
기후변화 대응 및 수자원관리	• 탄소전과정평가 IT 시스템을 통한 제품 기후변화 대응	37p
친환경제품	• 물 없는 정수기 테스트 시스템 개발	39p
친환경라이프 사이클	• 친환경제품 매출액 증가	40p
	• 친환경 등급제 운영	42p
	• 협력사와 녹색제품 및 소재의 공동 개발	42p
	• 친환경 냉매(R600a) 적용	42p
	• 무냉매 순간냉각, 순간 온수시스템 적용을 통한 에너지 사용 효율화	43p
	• 리퍼브, 냉매 회수 및 재활용을 통한 온실가스 및 에너지 저감	43p

OUR KEY INDEX

용수사용량	91,555 m ³	온실가스 순배출량	5,874 tCO ₂ e
에너지사용량	112,132 GJ	플라스틱 재활용량	6,081 ton



2.1

통합환경경영체계

코웨이는 통합 환경경영체계를 운영하여 당사의 환경경영 비전인 '건강한 내일을 디자인하는 The 1st Green Global Leader'로 도약하고자 합니다. 통합환경경영체계에 따라 CEO 직속으로 운영되는 EHS경영위원회는 환경-안전-보건 관련 이슈를 통합 관리하는 컨트롤 타워 역할을 합니다. 또한 매년 환경심사와 모니터링을 실시하고 통합환경경영 로드맵에 따라 녹색 기업문화 구축, 친환경 인프라 강화, 통합 유해물질관리 및 친환경제품과 서비스 개발, 그리고 환경 커뮤니케이션 전략 수립 및 지원 등의 활동을 하고 있습니다.



통합환경경영 로드맵과 추진전략

코웨이는 보다 체계적인 활동으로 환경경영 비전을 달성하기 위하여 ECO-Culture, ECO-Infra, ECO-Product/Service, ECO-Communication 등 4대 추진방향을 설정하고, 2015년까지 추진할 통합환경경영 중장기 로드맵과 실행계획을 수립하였습니다. 이를 통해 실효성 있는 활동을 펼침으로써 친환경 녹색기업의 이미지를 더욱 강화하고 사업의 환경가치와 브랜드가치를 극대화하여 지속가능한 기업으로서의 경쟁력을 강화하고자 합니다.

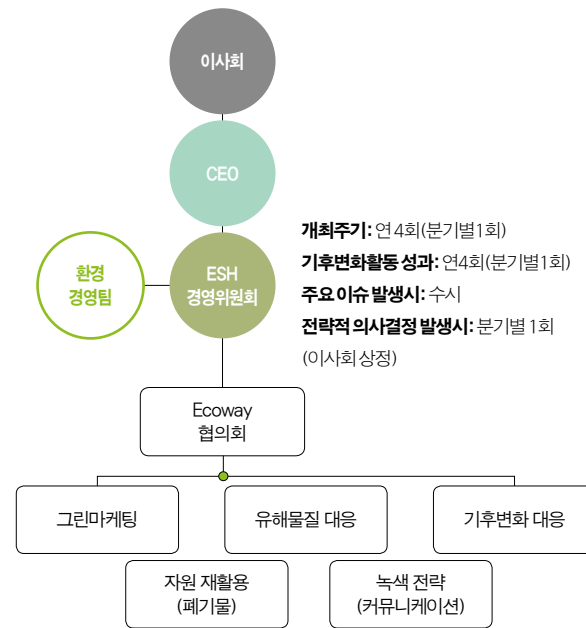
통합환경경영 로드맵

전략	2013	2014	2015
ECO-CULTURE 녹색 기업문화	<ul style="list-style-type: none"> EHS 조직 확대 함께하는 환경교육 & 캠페인 	<ul style="list-style-type: none"> 환경 전문 교육 강화 환경 직무 전문화&조직 체계화 모바일 오피스 구현 	<ul style="list-style-type: none"> 미래소비자 환경교육 탄소제로 사업장/오피스 실현
ECO-INFRA 녹색경영시스템	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물관리시스템 구축 SCM 상생경영지원 확대 그린사업장 인증 	<ul style="list-style-type: none"> 환경회계 도입 그린 모니터링 시스템 구현 폐기물 수익 고도화 	<ul style="list-style-type: none"> 환경회계 활성화 재활용센터 고도화 기후변화 IT 고도화
ECO-PRODUCT/SERVICE 청정생산/녹색제품/그린서비스	<ul style="list-style-type: none"> 녹색제품/부품 개발 강화 리퍼브/리사이클링 수익 극대화 서비스폐기물 비용 최소화 	<ul style="list-style-type: none"> 신재생에너지 도입 에너지효율화사업 확대 녹색 기술/서비스 로드맵 수립 	<ul style="list-style-type: none"> 녹색 명품 개발 및 생산 녹색 서비스/비즈니스 발굴 강화 에코 R&D 투자 확대
ECO-COMMUNICATION 에코 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> 통합 환경보고서 발간 이해관계자 대화 확대 녹색 정보공개 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 에코사업장 및 에코 브리핑룸 구축 참여형 녹색체험, 사회공헌 강화 환경마케팅 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 에코 하우스 건립 사회적 기업 설립

통합환경경영 운영조직

코웨이는 녹색경영 비전을 실현하고 중장기 목표를 달성하기 위해 2006년에 CEO 직속으로 'EHS경영위원회'를 신설하였습니다. EHS경영위원회는 전사 차원의 기후변화 대응 전략 및 친환경경영 정책을 수립하고, 전 사업장이 저탄소 녹색사업장으로 정착될 수 있도록 다양한 활동을 펼치고 있습니다. 한편 EHS 관련 업무를 전담하는 '환경경영팀'은 EHS경영위원회의 사무국 역할을 수행하고 있으며, EHS 관련 전략 및 정책이 각 부문에서 효과적으로 실행될 수 있도록 'Ecoway 협의체'를 구성하여 운영하고 있습니다. Ecoway 협의회는 이미 구축된 환경경영 및 기후변화 대응 프로세스에 따라 EHS 관련 이슈를 실무적으로 운영관리하기 위한 협의체입니다. Ecoway 협의회에서 도출된 주요 안건은 EHS경영위원회에 상정하여 논의한 후 전략적인 대응 활동으로 추진하여 추진되고 있습니다.

코웨이 EHS경영 조직도

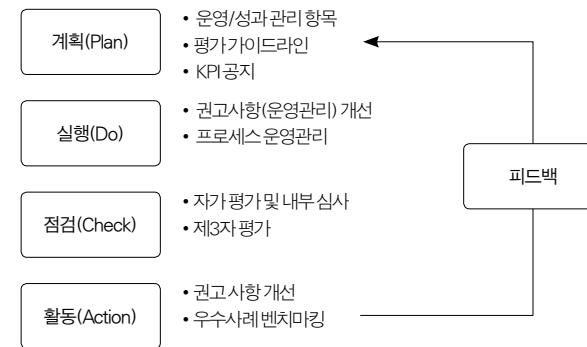


개최주기: 연 4회(분기별 1회)
기후변화활동 성과: 연 4회(분기별 1회)
주요이슈 발생시: 수시
전략적 의사결정 발생시: 분기별 1회 (이사회 상정)

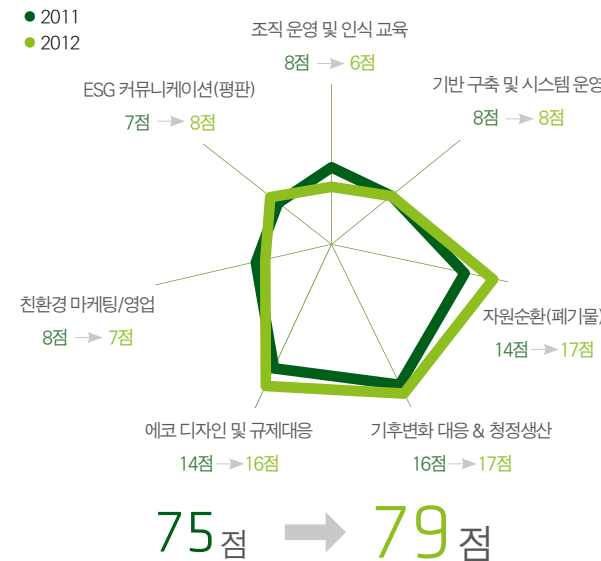
환경심사 및 모니터링 프로세스

코웨이는 내부조직과 협력사를 대상으로 환경심사제도를 운영하고 있습니다. 심사평가의 실효성을 높이기 위해 사전에 각 부문의 환경활동 및 성과에 대한 모니터링을 정기와 수시로 나누어 주기적으로 실시하고 있습니다. 2012년 환경심사 점수는 총점 기준으로 4점(전년 대비 5.3%)이 상승하였습니다. 점수가 상승한 이유는 자원순환 항목에서 실적관리시스템에 IT기술을 적용하여 환경관련 기준정보를 관리하고 리퍼브제품 및 폐제품 재활용률을 높은 결과로 판단됩니다. 하지만 임직원 교육 및 캠페인 이전과 비교하여 감소하였고 환경위원회의 활동도 줄어들어 조직운영 및 인식교육 항목에서는 평가가 하향되었습니다.

환경심사 모니터링 프로세스



환경심사 모니터링 결과



유해물질관리시스템 구축 및 규제 대응

코웨이는 통합환경경영정보시스템 내에 유해물질관리시스템(HSPM: Hazard Substance Process Management)을 구축하여 국제 가이드 라인보다 더 엄격한 수준으로 철저히 유해물질을 관리함으로써 모든 사업장이 '친환경 사업장'을 구현할 수 있도록 노력하고 있습니다. 이와 함께 협력사들을 대상으로 '그린파트너십(G-WP) 인증제도'를 도입하여, 협력사들도 '그린파트너 자가평가 항목'에서 제시한 시스템 공통사항과 물질관리 및 환경유해물질 사용 여부 등에 대한 기준을 반드시 충족하도록 유도하고 있습니다.

2012 유해물질 추가 관리 항목

REACH, LFGB, Food Contact

* 유해물질 관리 전체 항목은 Appendix(71p) 참고

EHS 통합환경경영정보시스템 운영

사무직 근로자가 대부분인 코웨이 임직원은 산업재해 발생 위험도는 낮은 편이나, 유구공장 및 R&D센터와 같이 안전사고가 발생할 수 있는 사업장은 사업장별로 산업안전보건위원회를 운영하여 발생 가능한 잠재적인 위험에 대비하고 있습니다. 한편 코웨이의 국내 사업장은 모두 환경경영시스템 인증(ISO 14001)을 취득하고 있으며, 인천 공장은 안전보건경영시스템 인증인 KOSHA 18001을, 유구공장은 OHSAS18001, KOSHA18001을 취득하였습니다.

EHS 통합 IT시스템 운영 강화 — 코웨이는 2009년 국내업계 최초로 통합환경경영정보시스템인 'SAP EHS 시스템'을 구축하였습니다. 이를 통해 온실가스, 에너지, 유해물질 폐기물 등 환경과 관련된 시스템 뿐 아니라 안전보건경영시스템과 안전위기관리시스템 등 임직원의 안전과 건강에 대한 데이터를 체계적이고 효율적으로 관리하여 안전사고 예방을 위한 사전관리 및 점검을 강화하고 있습니다.

구분	비고
조직 운영 및 인식 교육	임직원 교육 및 캠페인 감소, 환경위원회 운영 하락
기반 구축 및 시스템 운영	EIS/MIS 구현 개선 필요 관리/성과 지표 고도화 개선 필요
자원순환(폐기물)	기준정보 관리 향상 폐제품 재활용 향상 실적관리 IT 적용
기후변화 대응 & 청정생산	협력사 에너지 동행 물류센터&기숙사 인벤토리 구축 탄소재무보고서 발간
에코 디자인 및 규제대응	녹색제품 개발 기반 구축 에너지 소비효율 향상
친환경 마케팅/영업	환경 마케팅 및 영업 실적 구체화 개선/확대 인증과 마케팅/영업 연계 개선 필요
ESG 커뮤니케이션(평판)	ESG 평가 대응 향상 이해관계자 커뮤니케이션 개선 필요
총점	4점 상승(5.3% 향상)

산업안전보건위원회 활동 강화 — 코웨이는 각 사업장별로 운영하고 있는 ‘산업안전보건위원회’를 중심으로 업무현장에서 발생할 수 있는 모든 잠재위험에 대해 상시 대비체제를 마련하고 있습니다. 산업안전보건위원회는 사업장에서 근로자의 위험 또는 건강장애를 예방하기 위해 산업안전보건에 관한 중요한 사항을 노사가 함께 심의·의결하기 위한 기구로서, 산업재해 예방과 관련하여 근로자의 이해 및 협력을 구하고 근로자의 의견을 반영하는 역할을 수행하고 있습니다. 더불어 자발적인 환경개선을 유도하는 홍보활동과 필요한 지원업무도 수행하고 있으며, 안전보건활동이 보다 실효성 있게 운영될 수 있도록 전사 차원의 진단을 주기적으로 실시하고 있습니다.

임직원 EHS 리스크관리

코웨이는 임직원의 육체적·정신적 건강을 증진시키고 업무관련 사고 및 재해를 예방하기 위하여 다양한 활동을 펼치고 있습니다. 그 일환으로 유소견자 관리 강화, 금연 프로그램 시행, 해피마인드 운영 등 임직원 건강증진 프로그램을 지속적으로 확대 강화하고 있으며, 건강검진 대상을 직원가족들로 확대하여 시행하고 있습니다. 또한 모든 사업장과 임직원이 EHS 관련 교육훈련을 받을 수 있도록 하였습니다. 이러한 노력으로 코웨이의 산업재해발생률은 지난 3년간 전체 산업 및 제조업 평균보다 낮은 수준으로 유지되고 있으며, 2006년 이후 2012년까지 단 1건의 중대산업재해도 발생하지 않았습니다. 2012년 한 해 동안 발생한 구성원의 산업재해 건수는 업무와 관련된 5건이며, 이로 인한 업무손실일수는 총 541일입니다.

임직원 건강증진 프로그램

프로그램	활동 설명
건강검진	매년 1회 실시
금연	금연 클리닉 및 캠페인 실시
신기충전방	전문안마서비스, 근골격계 질환 예방 및 피로 회복
Refresh Zone	사내다양한 놀이 및 휴식 공간 설치(탁구대, 안마의자, 게임기 등)
해피마인드	심리상담서비스(2012년 6월부터 전국 확대 실시)

산업재해율

연도	승인건수	코웨이 산재율	제조업 산재율	전산업 산재율
2010	4(비업무)건	0.096%	1.07%	0.69%
2011	5건	0.11%	0.94%	0.65%
2012	5건	0.11%	0.42%	0.28%

* 코웨이 재해율: 재해자수/근로자수 X 100(5명/4,537명)
* 제조업/전산업 평균 재해율 출처: 노동부 산업재해통계

친환경 커뮤니케이션

코웨이는 환경경영활동을 조직 내부만이 아니라 외부로도 확산시키기 위하여 다양한 친환경 커뮤니케이션 활동을 전개하고 있습니다. 더불어 환경경영활동의 성과를 투명하고 충실하게 외부에 공시할 수 있도록 환경경영 관련 데이터에 대한 통합환경경영체계를 구축하고 있습니다.

음식물쓰레기 줄이기 캠페인 — 코웨이는 2012년 8월 강동송파환경운동연합과 공동으로 ‘음식물쓰레기로 도시 텃밭 가꾸기’ 시범사업을 전개하였습니다. 이 시범사업은 음식물쓰레기의 실질적인 감량과 자원화에 도움을 주고자 기획된 것으로, 코웨이와 지자체, 환경단체, 강동구 주민 등 다양한 이해관계자와 함께 진행하였습니다. 이를 계기로 코웨이는 지역사회 및 환경단체들과 유기적인 협력관계를 맺고, 사회적인 이슈가 되고 있는 환경문제에 적극 대처하는 동시에 이를 해결하기 위한 투자도 확대해 나갈 예정입니다.

그린메이커 활동 — ‘그린메이커(Green Maker)’는 전국의 대학생들을 대상으로 2008년부터 5년째 운영하고 있는 코웨이 친환경 인재양성 프로그램으로, 친환경 활동과 더불어 사회공익 활동까지 실천하고 있습니다. 2012년에는 40명으로 구성된 5기 그린메이커는 3개월 동안 마케팅 아이디어를 제안하고 정기적인 과제를 수행하며 친환경경영의 실무경험을 체험하였으며, 12월에는 일본 큐슈에서 글로벌 환경캠프를 진행하기도 하였습니다.

탄소정보공개 프로젝트 — 코웨이는 2009년 탄소정보공개 프로젝트(CDP: Carbon Disclosure Project)에 참여한 이후 지속적으로 온실가스 배출 정보를 관리하고 감축활동 계획을 수립하여 시행하는 등 기후변화에 적극 대응하고 있습니다. 또 협력사들에게도 저탄소 녹색경영 시스템을 보급 확산하여 체계적인 탄소관리시스템을 구축하였습니다. 이와 함께 매년 ‘탄소경영보고서’를 발간해 다양한 이해관계자들에게 탄소경영활동에 대한 구체적이고 투명한 정보를 지속적으로 공개하였습니다. 이러한 노력으로 코웨이는 2012년에도 탄소경영 글로벌 리더스 클럽에 2년 연속으로 선정되었습니다.



음식물쓰레기 줄이기



그린메이커

대의 수상 및 평가 — 코웨이는 기후변화에 대한 명확한 인식을 가지고 확산을 위해 노력한 점, 기후변화 전략과 정책을 명확히 하고 온실가스 감축 목표를 설정하는 등 온실가스 감축을 위해 노력한 점, 파트너들과 협력하며 이룬 실제적인 감축 성과, 그리고 이러한 활동들에 대해 객관적인 외부 검증과 함께 투명하게 정보를 공개한 점 등을 인정받아 UNGC 선정 ‘C4C(Caring for Climate) Progress Report 2012 Top 25 Performers’에 선정되었습니다. 더불어 지식경제부와 환경부가 주최한 ‘2012년 대한민국 녹색경영대상’에서 종합대상 수상, 환경부가 주최한 ‘2012년 자원순환선도기업 대상’에서 환경부장관상을 수상하였으며, 이 밖에도 환경 및 사회적 책임과 관련한 다양한 수상과 평가를 받았습니다.

환경 교육 — 코웨이는 환경경영 비전을 달성하기 위한 노력의 일환으로 임직원의 인식전환과 전문성 함양을 위한 지원을 확대하고 있습니다. 나아가 협력사에 대해서도 녹색 동반성장을 위한 교육을 실시하고 있으며, 더욱 다양한 이해관계자에게 코웨이만의 환경교육을 전파해 나갈 것입니다.

2012 환경교육 운영 현황

구분	내용	운영횟수	교육시간	비고
임직원	신규입사자 환경교육	1회	2시간	
인식교육	환경뉴스레터	6회	-	온라인 배포
	<에코레슨>			(그룹웨어, 게시판, 롤루랄라)
직무전문 교육	에코디자인, 재활용, 해외규제 대응, 유해물질 관리 등	13회	261시간	온라인교육 포함
협력사 교육	협력사 녹색제품개발	261회	2,088	협력사 녹색제품
	기반 교육 등		시간	개발 현장 진단 외

2.2 기후변화 대응 및 수자원관리

기후변화는 온도의 변화 이외에도 식수 공급과 위생, 물 부족 등 인간생활에 필요한 수자원과 관련된 문제를 야기하고 있습니다. 이는 수중 생태계의 변화에도 영향을 주어 인간의 삶 전반에 직간접적 영향을 미치고 있습니다. 이에 코웨이는 인류의 생존기반을 위협하는 기후변화와 수자원 문제에 대응하기 위해 온실가스 배출을 줄이고 물 사용을 억제하는 등 다양한 전략과 활동을 추진하고 있습니다.



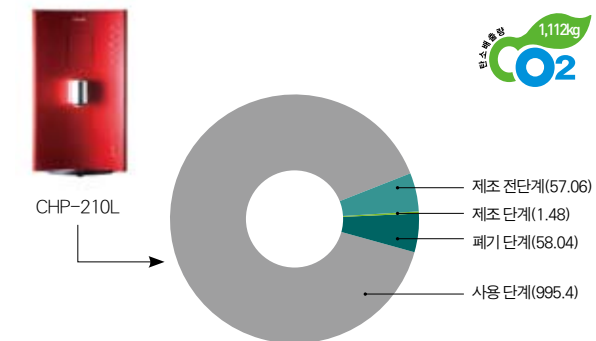
기후변화대응

코웨이는 제품설계 단계에서부터 제조현장, 사무실, 나아가 경영활동이 이루어지고 있는 모든 사업장에서 기후변화에 영향을 미치고 있는 CO₂ 배출을 최소화할 수 있도록 기후변화 통합환경경영체계를 구축하고, 전 임직원이 동참하는 가운데 업무방식의 혁신적인 개선과 자발적인 에너지절약 활동을 펼치고 있습니다.

탄소전과정평가(Carbon LCA) IT 시스템 — 코웨이는 국내 최초로 SAP 기반의 제품의 탄소전과정평가(Carbon LCA) IT 시스템을 구축하여 기후변화에 대응하여 제품경쟁력을 강화할 수 있는 계기를 마련하였습니다. 기존의 제품 유해물질 규제와 온실가스 규제에 이어 제품 기후변화에 대응하는 기반 시스템의 운영이 가능해졌고, 제품 전 과정에서의 탄소 배출량을 한눈에 파악하여 녹색제품 및 녹색소비를 유도하는 정보를 제공할 수 있게 되었습니다.

제품력 탄소전과정평가 예시

(단위: kgCO₂e)



중장기 온실가스 감축목표와 감축성과

코웨이는 2011년 대한민국 온실가스·에너지목표관리제 기준에 의한 온실가스 배출량 자발적 검증으로 냉매 배출량이 제외되는 변경 사유가 발생하여 기준연도를 2009년에서 2010년으로 변경하였습니다. 변경된 2012년 온실가스 배출 목표는 5,349tCO₂e이며 원단위 저감 목표는 0.29tCO₂e/억원이었으나 감축성과는 각각 5,873tCO₂e, 0.33tCO₂e/억원으로 목표에 미달하였습니다. 2012년에 생산량 증가와 사업장 확대 등에 따른 것으로, 향후에는 더욱 다양한 감축 활동을 통해 중장기 목표를 달성할 수 있도록 지속적으로 노력할 것입니다.

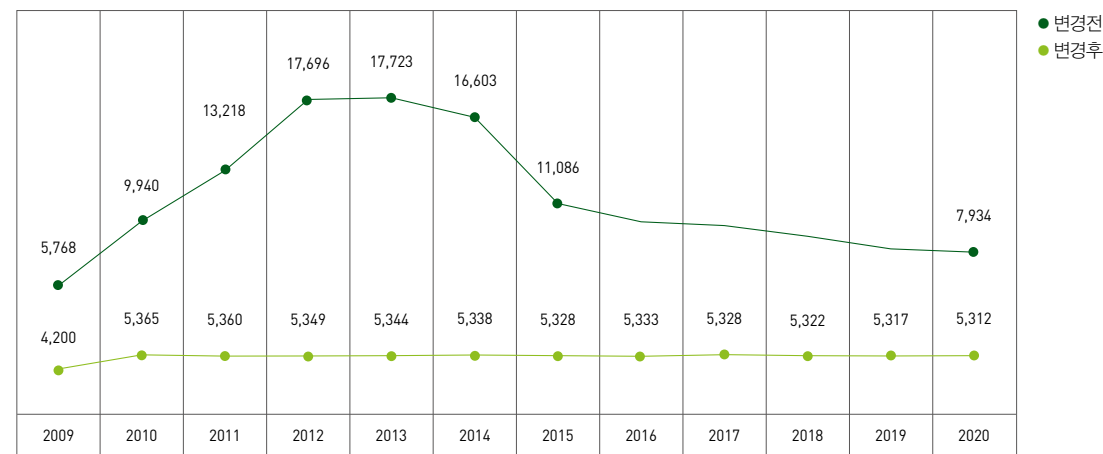
* 2011년 국가 온실가스·에너지 목표관리제 기준 변경에 의해 냉매 배출량이 제외됨.

온실가스 배출량 증감 사유

유구공장은 현장근로자의 안전보건을 위해 작업장 환경개선 자동화 설비를 구축하고 친환경 냉매(R-600a 냉매) 적용 제품의 생산 설비를 증설하였습니다. 이에 따라 전기 부하용량이 소폭 증가하면서 온실가스 배출량은 전년과 비슷한 수준을 기록하였습니다. 반면에 인천공장의 온실가스 배출량은 약 97tCO₂e 가량 줄었으나 이는 생산수량 감소의 영향이 크므로 실질적인 저감 성과를 창출할 수 있도록 LED조명 교체 등 다각적인 노력을 기울이고 있습니다. 포천공장은 폐제품 리사이클링 수량이 2011년 2,619톤에서 2012년에는 2,997톤으로 증가하면서 온실가스도 약 4tCO₂e 가량 증가하였습니다. 그러나 2012년 12월

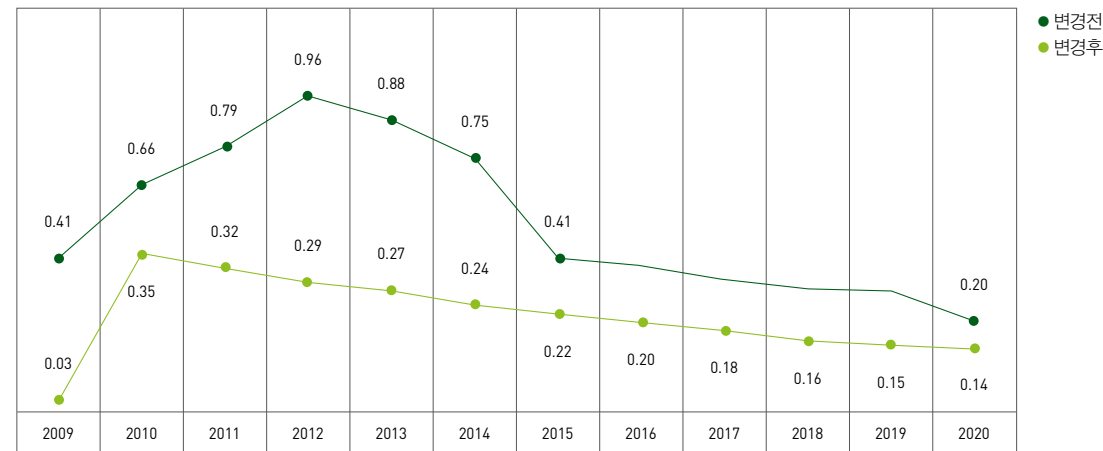
온실가스 중장기 저감 목표 배출량

(단위: tCO₂e)



원단위 중장기 저감 목표

(단위: tCO₂e/억원)



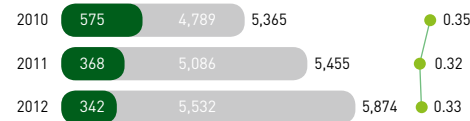
화석연료 보일러를 전기보일러로 교체하는 등 온실가스 배출량 감소를 위한 노력도 활발하게 전개하고 있어 곧 그 성과가 나타날 것으로 보입니다. 한편 업무공간을 임차하여 사용중인 중앙일보빌딩과 확장품연구소는 에너지이용합리화법에 따른 건물 실내온도 관리의 효과로 온실가스 배출량이 저감하였으며, 서울대 R&D센터는 신제품 개발 모델의 증가로 인한 에너지 사용량이 늘면서 온실가스의 총량도 22tCO₂e이 증가하였습니다.

* 2011년 5,456tCO₂e → 2012년 5,874tCO₂e: 수처리사업(10개월 분) 및 물류센터, 신축 가축사 배출(2011년 대비 연간 데이터 반영)로 증가
 * 6개 사업장(유구공장/인천공장/포천공장/중앙일보빌딩/확장품연구소/서울대R&D센터) 전체: 총량기준 5,170tCO₂e(2011년) → 5,030tCO₂e로 감소

온실가스 총 배출량

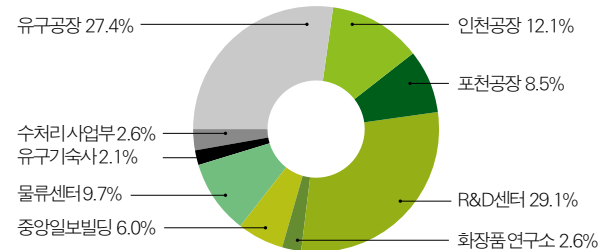
(단위: tCO₂e)

- 직접배출 (Scope 1)
- 간접배출 (Scope 2)
- 원단위 (tCO₂e/억원)



* 2012년 온실가스 배출량은 3자검증 이전 데이터임

사업장별 온실가스 배출 점유율



수자원관리

코웨이는 지구환경을 보존하여 인류의 삶을 건강하고 행복하게 디자인하고자 인류의 생활과 밀접하게 관련되어 있는 수자원의 관리에 각별한 노력을 기울이고 있습니다. 수자원은 코웨이의 비즈니스에도 큰 영향을 줄 수 있는 분야이므로 코웨이는 중장기적인 관점에서 수자원 관리 전략을 수립하여 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

글로벌 수준의 수자원관리 노력 — 코웨이는 수자원의 위기를 해결하려는 'UN Global Compact'의 비전에 공감하여 지난 2010년 국내업계 최초로 UN Global Compact의 '최고경영자 수자원관리책임(CEO Water Mandate)'에 가입하여 자발적으로 수자원관리활동에 참여하고 있습니다. 특히 사내에 환경 및 기후변화 대응을 위한 실무회의체인 'Ecoway 협의회'를 구성하여 온실가스 및 물로 인한 위험요소와 기회요소를 면밀히 분석하고 이를 경영전략과 주요 정책에 반영하고 있습니다. 그 결과 비즈니스 측면에서도 수자원관리의 효율성을 높여 직간접적인 효익을 창출하고 있습니다.

사업장 수자원관리(물 없는 정수기 테스트 시스템 개발) — 코웨이의 유구공장에서는 정수기 생산시 품질 및 기능을 테스트하는 용도로 물을 사용해 왔습니다. 코웨이는 이 물의 사용량을 줄이기 위한 연구에 집중적으로 투자하여, 세계 최초로 물 대신 질소와 진공을 이용한 정수기 테스트 시스템을 개발함으로써 연간 약 1,320톤의 물을 절감하고 있었습니다. 더불어 검사시간을 38% 단축시키고 생산성은 5.8% 향상시켜 약 4.9억원의 재무적 이익을 얻을 수 있었습니다. 코웨이는 이 테스트 시스템을 인천공장과 포천공장에도 확대 적용하는 한편, 물 사용량을 더욱 줄이고 환경에도 부정적인 영향을 미치지 않는 시스템을 개발하기 위한 노력을 계속하고 있습니다.

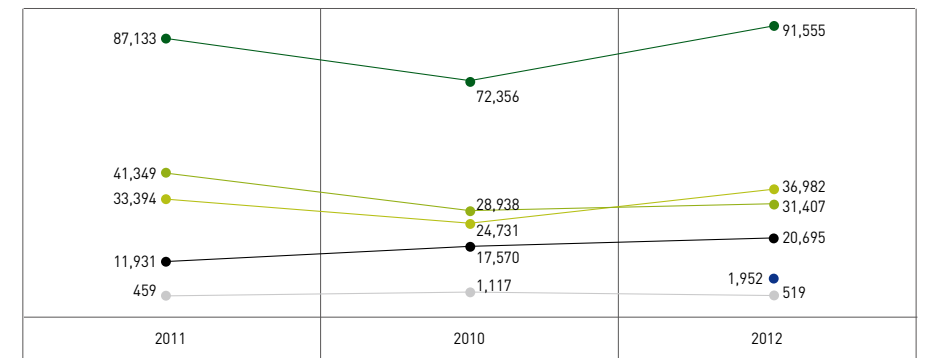
제품 수자원관리(NF나노트랩 적용으로 생활용수 감소) — 코웨이는 정수기 제품 사용 과정에서 발생하는 생활용수의 저감을 위해 2012년에는 NF나노트랩 필터를 개발하여 생활용수를 발생을 제로화했습니다. NF나노트랩 필터는 나노기술이 적용된 2nm 신소재를 활용해 여과효율이 높을 뿐만 아니라 유해물질 제거율도 탁월합니다. 또한 저장탱크 없이 직수 추출이 가능해 물 사용량이 많은 고객이나 수압이 낮은 지역에서도 사용이 가능합니다. 코웨이는 NF나노트랩 필터개발로 2012년 전 모델 대비 903,149톤의 물 사용량을 저감할 수 있었습니다.

전체 용수 사용량

(단위: m³)

- 전사
- 유구
- R&D센터
- 인천
- 포천
- 물류센터

* 현재 인천공장 일부를 제외하고는 재활용수 및 재사용 용수를 사용하고 있지 않음
 * 포천공장: 포천지역은 지하수보호에 대한 규제사항이 많아 상하수도만 사용하고 있음
 * 인천공장: 남동공단 지역은 바다 갯벌을 매워 만든 땅이므로 지하수 사용이 불가능함



2.3

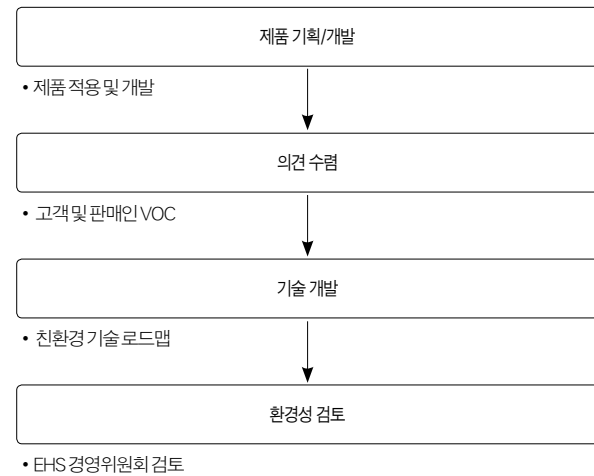
친환경제품

코웨이는 제품의 생산과 소비·폐기에 이르는 전 과정에서 환경오염을 저감하고 천연자원과 유해물질의 사용을 최소화하여 환경부하 감소에 기여한 제품을 친환경 녹색제품으로 정의하고, 이러한 제품의 개발에 최선의 노력을 다하고 있습니다. 특히 기후변화 대응(에너지효율 향상) 측면, 자원순환 측면, 환경규제 측면 등 3가지 방향에 초점을 두고 친환경제품을 개발하고 있습니다. 앞으로도 코웨이는 기능과 사용편리성을 높이면서도 전력사용량을 절감할 수 있도록 중량이나 사이즈를 줄인 초소형 제품을 지속적으로 만들어 나갈 계획입니다. 더불어 향후 개발할 혁신적인 신제품과 복합기능성 제품도 환경영향성을 고려하여 개발할 것입니다.



친환경제품 연구개발 프로세스

코웨이의 친환경제품 연구개발은 다양한 이해관계자의 의견을 파악하는 것에서부터 시작합니다. 각종 채널을 통해 수렴한 의견은 친환경기술 개발 로드맵에 따라 실제 기술로 개발을 하게 되고 그 다음에는 EHS 경영위원회에서 환경성을 검토 받게 됩니다. 개발된 기술이 환경성 검토과정에서 적격 판정을 받으면 비로소 제품으로 개발되어 판매하게 됩니다.



친환경제품/서비스 요소

코웨이의 모든 친환경제품은 온실가스 배출량을 저감하고 에너지 효율을 높여 기후변화 영향을 최소화하며, 자원사용을 줄이고 재활용성을 강화하는 등 자원순환에 앞장서면서 유해물질과 안전보건에 관한 환경규제에 적합하게 대응하는 제품입니다.

COWAY ECO PRODUCT / SERVICE

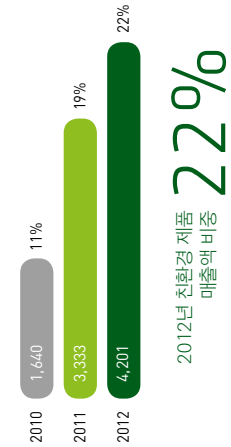
기후변화	자원순환	환경규제
온실가스 배출량 저감 온실가스 저감 기술 개발 신재생에너지 적용 개발 무동력/자가발전 개발 스마트모니터링	자원사용 저감 제품중량·사이즈 저감 천연소재 사용 강화 재활용 소재 사용 강화 제품서비스화 확대	유해물질 전폐 유전자/암 유발 사용 배제 규제난연재 사용 전폐 중금속 사용 저감
에너지효율 향상 고효율 소비전력 제품 개발 대기전력 제로화 Eco제어시스템 개발	재활용성 강화 분해용이성 소재 사용 재활용 가능소재 사용 회수/재활용 강화	안전/보건 강화 소음/진동 감소 향균/살균 강화 천연소재 사용 강화

친환경제품 매출

코웨이는 저탄소 고효율 제품군의 공급을 통해서 보다 깨끗한 세계를 만드는 데 동참하고 있습니다. 이를 통해 기후변화에 대응하면서 한편으로는 친환경제품의 매출 증대에도 기여하는 동시효과를 거두고 있습니다.

친환경제품 매출 현황

● 친환경제품 매출액



* 친환경제품 매출액 산정 기준 변경(2013년 2월 기준)에 따라 2012년 탄소경영보고서와 수치 상이함



1. 정수기(CHP-241N)

부피 축소

원재료 취득	유해화학물질	EU RoHS Compliance
부피 감소/원재료 감소	부피 50% 감소(CHP-06D 대비)	
사용 및 유지관리	에너지 소비	4.1kWh (CHP-06DL 대비 월간 소비 전력 80% 절감)
폐기	온실가스 발생	월간 온실가스 발생량 80% 감소 폐기단계 온실가스 85% 감소(냉매 미사용)
	폐기물 발생	리퍼브 및 소재 재활용

정수 직수 방식으로 저수조 부피 축소: 나노트랩 필터 개발로 높은 제거율의 고효율 확보
온수 탱크 삭제로 부피 축소: 저장 탱크 없이 90℃의 높은 온수를 추출할 수 있는 순간온수 시스템 개발
컴프레서 삭제로 인한 부피 축소: 열반도체 소자를 이용한 전자 냉각 방식 개발(친환경 무냉매)

2. 공기청정기(APM-0812DH)

부피 축소

원재료 취득	유해화학물질	EU RoHS Compliance
부피 감소/원재료 감소	부피 23% 감소(APM-1011YH 대비)	
사용 및 유지관리	에너지 소비	소비전력 26W(기존 주력 제품 대비 35% 향상)
폐기	폐기물 발생	리퍼브 및 소재 재활용

3. 비데(BAS14-A)

월 전기사용료

원재료 취득	유해화학물질	EU RoHS Compliance
부피 감소/원재료 감소	국내 생산 비데 제품군에서 유일한	
사용 및 유지관리	에너지 소비	탄소배출량 인증 획득 제품 전열 대기 전력 8.2W(비절전 대비 40% 절감)
폐기	폐기물 발행	리퍼브 및 소재 재활용



그린플러그: 코웨이가 자체 개발한 스마트절전 기술로 이용자의 14일 간 사용이력을 시간대별로 기억하여 자주 이용하는 시간대와 그렇지 않은 시간대를 구분한 뒤 전력을 자동 조절함으로써 에너지를 절약하는 기술입니다. 실제로 코웨이 환경기술연구소에서 자체 시험한 결과 그린플러그 기능을 사용하면 비절전 대비 월전기사용이 최대 40%까지 절감되는 것으로 나타났으며, 월 1,600원 가량의 전기요금을 절약할 수 있습니다.(4인 가족, 1일 12회 세정 기준)

2.4

친환경 라이프 사이클

코웨이 제품은 개발에서부터 판매, 폐기 및 재활용에 이르기까지 기억 활동 전 과정에 걸쳐 친환경적 사고를 반영하고 있습니다. 코웨이는 친환경적 사고를 바탕으로 지구 환경에 미치는 영향을 최소화하는 제품과 서비스를 제공하기 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

개발

친환경 등급제 운영



녹색제품 평가 등급

- Green Product: 코웨이 자체평가 인증녹색제품
- Green Plus Product: 한국 정부 및 국내 평가기관 평가 녹색제품 인증제품
- Green Good Product: 글로벌 평가기관 평가녹색제품 인증제품
- Green Premium Product: Green Good 제품 중 세계 최고수준 보유 녹색제품
- Green Best Product: Green Good 제품 중 세계 1등 및 최초 녹색제품

기후변화

에너지효율 향상, 온실가스 저감
 CHP-270L: 친환경 냉매 적용
 비데: 그린플러그 적용
 APM-0812DH: 소비전력 35% 저감

자원순환

자원사용저감, 재활용성 강화
 CHP-010E: 생활용수 제로화
 CHP-241N: 사이즈 50% 축소

환경규제

유해물질 대응, 안전/보건 강화
 신규 모델 제품 대응 완료
 스스로 살균 정수기

1

구매

ERP(전사적 자원관리 프로그램)를 통한 소재, 재질, 및 부품 정보 통합 관리



그린파트너십 인증제도



- 총 녹색구매율: 93.01%
- 녹색제품 및 소재개발 기반 구축 파트너십 성과 개선 전 대비 에너지 효율 41.1% 향상, 온실가스 배출량 35.3% 저감

2

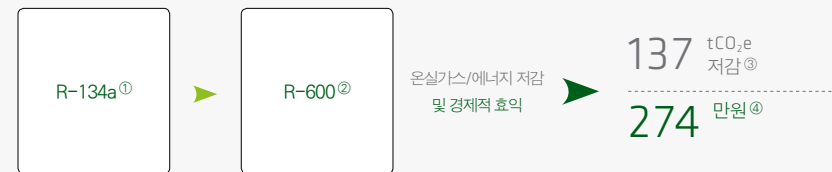
생산

환경 파괴를 최소화하기 위해 제조단계의 관리 강화



친환경 냉매(R600a) 적용

- 적용 제품: CHP-270L
- 냉매 전환을 통한 온실가스 저감



3



사용

사용단계 중심의 온실가스 배출 개선

사용단계 친환경성

한뼘 정수기(무냉매 순간냉각, 순간 온수시스템 적용)
 : 순간 냉각 온수 시스템 기술개발로 소비자가 필요시, 냉각 및 온수를 작동 시켜 에너지 사용 효율 최적화



4



* 환경부 탄소상징표지 사용단계 기준
 * 2012년 CHP-241N 판매대수: 161,522대

회수/재활용

자발적 폐기물 처리를 통한 수의 창출과 산업계 리딩



회수

역물류 프로세스



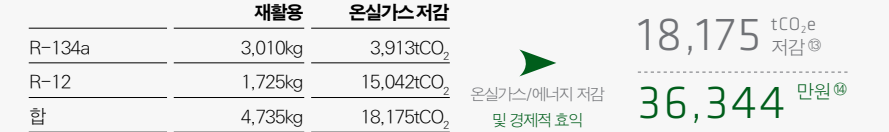
폐전자제품 처리서비스

- 제품을 새로 구입하고 사용하던 기존 제품을 버리고자 하는 경우, 신제품 배달시 무료 수거
- 신제품 구입 없이 기존에 사용하던 제품을 버리고자 하는 경우, 유상 해체 서비스 제공

리퍼브



냉매 재활용



플라스틱 재활용



5

* 재활용 플라스틱은 고객의 심리적 거부감을 고려해 코웨이 제품에 재사용하지 않고 재활용업체에 전량 매각함
 * 2012년 데이터에 음식물처리기, 연수기 추가됨

* ①~④의 구체적인 산출 과정은 부록 70p 참고



Material Issue 3
임직원 가치증진



OUR APPROACHES

기업의 가장 큰 자산은 사람, 즉 임직원입니다. 코웨이는 임직원이 기업활동의 주체로서 고객 가치를 창출하는 원천이라 믿고, 모든 임직원이 높은 직무만족도를 바탕으로 자신의 역량을 개발하고 발휘하여 저마다 비전을 실현할 수 있도록 오래 전부터 '임직원 만족경영'을 추구해 왔습니다. 특히 경영환경과 기업비전을 반영한 새로운 인재상을 정립하여 인재육성의 방향을 명확히 하는 한편, 임직원 소통과 참여 확대, 일과 삶의 조화 및 가족친화경영, 공정한 인사-평가-보상체계 구축, 임직원 육성과 역량 강화, 신뢰와 상생의 조직문화 구축 등 4대 전략과제를 설정하여 임직원 가치 제고를 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 코웨이는 임직원이 행복한 조직, 최고의 인재로 성장하는 조직이 되도록 최선을 다하겠습니다.

OUR ACHIEVEMENTS

핵심관리이슈	2012 활동	페이지
임직원 소통과 참여 강화	• 주요 의사결정 프로세스에 임직원들의 적극적인 참여 보장	46p
일과 삶의 조화 및 가족친화경영	• 제안활동(상상오션) 운영을 통한 비즈니스 연계	46p
공정하고 투명한 인사-평가-보상체계 구축	• '2012년 일하기 좋은 기업' 대상 2년 연속 수상	47p
임직원 육성과 역량 강화	• '2012년 일하기 좋은 기업' 대상 2년 연속 수상	47p
신뢰와 상생의 조직문화 구축	• 평가제도 멘토시스템 도입	48p
	• STEP, CoP 등 인재육성 강화를 위한 프로그램 운영	49p
	• 서비스 직군 특화 교육 프로그램인 '스타 아카데미' 운영	49p
	• 노사협의회 워크숍 추진 및 간담회 진행	50p
	• 온/오프라인의 고충상담방운영(ER CULTURE LAB)	50p

OUR KEY INDEX

상상오션 제안 건 수	85,165 건	임직원 만족도	6.7 점
임직원 총 교육시간	95,743 시간	노사협의회 개최 수	4 회



3.1

임직원 소통과 참여 강화

항상 임직원의 목소리를 경청하고 폭넓게 소통하여 의견을 수렴하며 주요한 의사결정과정에 임직원이 적극적으로 참여하도록 하는 것은 코웨이가 추구하는 임직원 만족경영의 가장 기본적인 사항입니다. 2012년에는 임직원과 더욱 적극적으로 소통하고 경청하는 활동을 전개하여 임직원의 만족도를 높임으로써 퇴직률이 전년도에 비해 7.5% 감소하고 조직의 경쟁력이 강화되었습니다. 또 노사간의 신뢰관계가 한층 깊어진 것도 의미 있는 성과라고 할 수 있습니다.

...



사내 SNS '코끼리'



해피홍의 행복포차



신기나라 운동본부

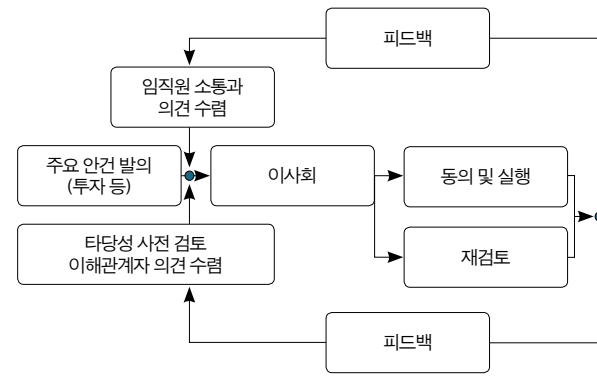


상상오션

의사결정 과정에 대한 임직원의 참여 확대

코웨이는 대규모 투자나 경영상의 중대한 변화 이슈가 있을 때는 그의 사결정 프로세스에 외부의 이해관계자만이 아니라 내부 임직원의 의견도 적극적으로 반영하는 체계를 구축하였습니다. 특히 최고경영자를 비롯한 경영진과 구성원 간에 이루어지는 지속적이고 다양한 소통 및 경청활동은 자연스럽게 임직원의 의견이 주요 의사결정 프로세스에 반영되는 계기를 만들어주고 있습니다. 또한 다양한 제안제도와 커뮤니케이션 채널을 통해 임직원 개개인의 의견이 기업활동에 반영될 수 있는 기회도 적극 보장되고 있습니다.

임직원 소통 및 참여 프로세스



임직원 소통과 참여채널

정보공유 채널

굿모닝 코웨이	경영성과공유, 신규 입사자 소개 등	월 1회 실시
사내 SNS '코끼리'	전사적 정보공유의 장	
온라인 커뮤니티 '룰루라리'	직원 간, 경영진과 직원 간 쌍방향 소통을 위한 SNS	수시 참여
지속가능경영보고서	전 직원의 온라인 소통의 장이자 기업문화 확산 채널	수시 참여
국내외 인사설명회	대내외 정보공유 채널, 재무적-비재무적 성과 공유	연 1회 발간
해피홍의 행복포차	인사, 평가, 보상, 승진, 교육 등 주요 HR정보 공유	수시 운영

경청(임직원 의견 수렴) 채널

해피홍의 행복포차	CEO와 직원간의 진솔한 소통의 장	월 1회 실시
신기나라 운동본부	CEO 직속, 신조직문화 구축을 위한 아이디어 도출 및 제안	월 1회 실시
상상오션	업무 관련 아이디어 및 새로운 사업 아이디어 제안	상시 운영
행가래미팅	모든 팀원이 참여하는 코웨이만의 회의문화	매일 아침 운영
하이팅	공동 체험을 통해 경영진과 조직구성원간의 공감대 형성	월 1회 실시

상상오션(제안활동) 운영 현황과 성과

코웨이의 대표적인 혁신활동 중 하나로 임직원 참여형 제안활동인 '상상오션'은 일상생활에서 혁신마인드를 내재화하기 위해 개발된 프로그램으로, 가상으로 만들어진 바다에서 재미있는 놀이를 하는 가운데 창의력을 발휘하여 혁신적인 아이디어를 창출하게 하는 신개념의 교육프로그램입니다. '상상오션'에서 제안한 아이디어들은 심사를 통해 실제 업무에 반영되고 있는데, 채택된 아이디어 제안자에게는 다양한 포상과 혜택을 부여하고 있습니다. 하지만 '상상오션'은 단순히 혁신 아이디어를 제안하는 수단에 그치는 것이 아니라 조직의 새 문화를 창조하고 일상적인 소통을 가능하게 하는 지속가능한 조직가치 강화 활동이라는 데 그 의미가 있습니다. 2013년 상상오션은 임직원에게 내재된 혁신마인드를 바탕으로 비즈니스 관련 아이디어에서부터 비용절감과 같은 특정 이슈와 관련한 아이디어에 이르기까지 폭넓은 분야에서 직원들의 다양한 생각을 도출하여 수렴할 수 있는 '함께상상'을 강화할 예정입니다.

상상오션(제안활동) 운영 현황과 성과

구분	총제안건수	월평균 제안건수	1인 월평균 제안건수
2010	174,265건	14,522건	10.8건
2011	82,569건	11,796건	7.2건
2012	85,165건	7,097건	3.9건

2012 매트리스 렌탈 사업, Waterless Test System 구축, 대표제안 CHP-241N 장영실상 수상, 제습기시장 진입

임직원 만족도 결과

코웨이는 매년 직원만족도 조사를 실시하여 임직원의 의견을 수렴하고 개선사항을 파악하는 데 적극 활용하고 있습니다. 조사 결과는 직원 만족도 제고를 위한 종합적인 계획을 수립하고, 각각의 이슈별로 문제 해결을 위한 실행방안을 입안하여 직원들과 커뮤니케이션하는 기초자료로 활용하고 있습니다.

임직원 만족도

(기준: 10점 만점)



3.2

일과 삶의 조화 및 가족친화경영

임직원 개개인이 일과 삶의 조화를 이루도록 하는 것과, 가족친화경영을 통해 임직원 가족에 대한 회사의 책임범위를 확장하고 임직원의 소속감을 제고하는 것은 임직원 만족경영에 있어 중요한 요소입니다. 이에 따라 코웨이는 임직원에 대한 복지정책과 프로그램을 운영하고 있으며, 이에 부합하는 기업문화를 구축하기 위해 일과 삶의 조화 및 가족친화경영의 연계성을 지속적으로 확대하고 있습니다.

...

일과 삶의 조화 프로그램

런어웨이(Run Away) 프로젝트	R&D 직군의 스트레스를 완화하고 리프레시하는 프로그램
또또사랑 휴가제도	근속기간에 따라 리프레시 휴가와 특별휴가비 지급
복지포인트 제도	복지포인트를 지급하여 자기개발 지원
코웨이 동호회	임직원들의 동호회 및 취미 활동 지원
육아지원	어린이 보육시설 및 여성 수유실 등 육아지원 프로그램

가족친화경영 프로그램

코웨이 데이(Coway Day)	직원가족 화사견학 및 여행 지원
코웨이 행복농장 (Coway Happy Farm)	가족농장을 경작하면서 가족의 소중함과 회사에 대한 신뢰를 높일 수 있는 프로그램
패밀리 데이 (Family Day)	평일 중 정시 퇴근일을 지정하여 가족과 더 많은 시간을 보내며 재충전의 기회로 만들기 위한 프로그램
결혼기념일 축하제도	직원의 결혼기념일에 축하선물을 보내주는 프로그램
상조물품 지원제도	가족의 애사에 필요한 다양한 상조물품을 지원하여 가족들의 아픔을 함께 하는 프로그램

'2012 일하기 좋은 기업' 대상 수상

코웨이는 인사제도의 안정화, 효율화, 체계화라는 3대 추진전략을 바탕으로, 선진화된 인사관리체계와 인프라를 구축하는 데 많은 노력을 기울이고 있습니다. 특히 최근 경영의 화두로 떠오른 일과 삶의 조화, 가족친화경영에 각별히 노력하여 활기차고 건강한 기업문화를 구축해가고 있습니다. 그 결과 2012년에는 GWP(Great Work Place) Korea가 선정한 '2012 일하기 좋은 100대 기업'에서 일반서비스부문 대상을 수상하여 2011년 제조부문 대상에 이어 2년 연속 대상을 수상하였습니다.

3.3

공정하고 투명한 인사-평가-보상체계 구축

코웨이는 임직원이 자신의 역량을 최대한 발휘하여 조직목표 달성에 기여하고 개인의 비전도 실현할 수 있도록 하기 위해 공정하고 투명한 인사-평가 및 보상체계를 구축하여 운영하고 있습니다.

...

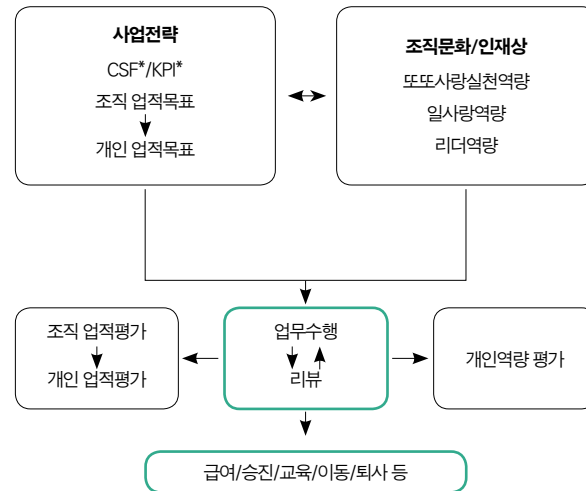
인사-평가-보상의 원칙

코웨이는 직무/역할주의 원칙, 성과주의 원칙, 그리고 육성주의 원칙 등 3대 원칙을 바탕으로 투명하고 공정한 인사-평가-보상이 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다. 더불어, HR통계시스템을 구축하여 HR정보의 안정성을 높임으로써 정확하고 효율적인 인력 운용이 가능하도록 개선하였으며, 모든 직원에게 필요한 교육을 받고 역량을 강화할 수 있는 기회를 공정하게 제공하고 있습니다.

공정한 평가체계

코웨이는 임직원 평가시 업적평가뿐 아니라 역량에 대한 평가도 동시에 실시하여 장기적으로 코웨이의 인재상과 부합하는 인재로 육성하는 동시에, 개개인의 자질과 역량에 맞춰 성장 발전할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이를 위해, 사업전략과 연계된 조직 및 개인의 업적 평가, 조직 및 인재의 개발을 위한 역량 평가, 개방적 의사소통에 의한 평가, 평가 결과의 활용을 통한 동기부여 등 4가지 기준에 의거하여 개인별 업적을 절대평가한 후, 조직의 업적 등급에 따라 평가등급을 상대평가로 배분하는 투명한 평가체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 더불어, 매년 조직단위의 KPI를 설정하고 이를 팀-개인의 목표과제와 연계한 후 목표과제의 달성 정도를 체계적으로 확인 및 관리할 수 있는 평가제도 멘토시스템을 도입하여 운영하고 있습니다. 이와 함께 본인평가, 상사평가, 동료평가 등 3면 평가를 실시함으로써 평가-보상체계의 투명성과 공정성을 강화하고 있습니다.

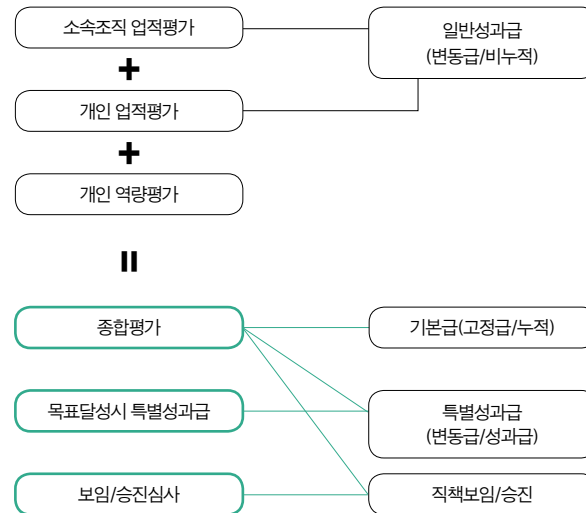
평가제도 개요



1. 사업전략과 연계된 조직/개인 업적평가 실시
2. 조직/인재 개발을 위한 역량평가 실시
3. 개방적 의사소통에 의한 평가 프로세스 운영
4. 평가결과와 활용을 통한 동기부여 강화

* CSF(Critical Success Factor): 핵심성공요인
 * KPI(Key Performance Indicator): 핵심수행지표
 * 평가대상: 코웨이 전 임직원(비정규직 포함)

보상제도 개요



3.4

임직원 육성과 역량강화

코웨이는 회사가 추구하는 비전과 가치를 공유하며 끊임없이 자신의 역량을 개발하는 인재를 육성하기 위해 코웨이만의 인재상을 수립하여 임직원이 지향해야 할 모델로 제시하고 있습니다. 이같은 인재상을 실현하고자 코웨이는 모든 임직원이 자신의 직무와 연관된 역량을 강화하는 것은 물론 개인이 관심을 가지고 있는 분야에 대해서도 스스로 가치를 증진시킬 수 있는 인재육성체계를 구축하고 있습니다.

...

코웨이의 새로운 인재상

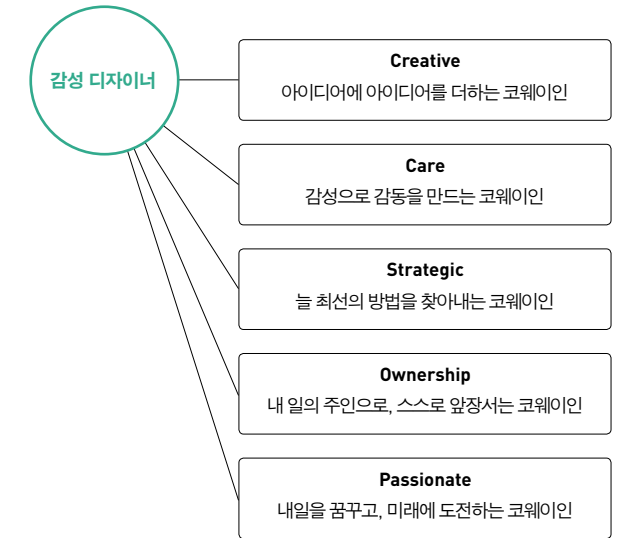
코웨이는 새로운 미션, 비전, 핵심가치를 구현할 임직원의 자세와 역량을 명료하게 정의한 새로운 인재상을 정립하였습니다. 코웨이에서 추구하는 인재의 요건은 '열정적인(Passionate)', '주인의식을 가진(Ownership)', '전략적인(Strategic)', '창의적인(Creative)', '배려하는(Care)' 등 5개의 키워드로 구성되어 있으며, 그 구체적인 내용은 '자기선언문'으로 명문화하여 임직원의 행동방향으로 삼고 있습니다. 코웨이는 새로운 인재상을 임직원의 교육과 육성은 물론 신규인력을 채용하거나 각 개인의 목표설정 및 평가과정에 적용할 것입니다. 그래서 코웨이의 모든 임직원이 스스로 고객감동을 실천하며 회사의 비전인 'THE Lifestyle Design Company'를 이루어내는 감성 디자이너로서의 역할을 다 할 수 있도록 할 계획입니다.

인재육성 및 역량강화 전략과 체계

2012년 코웨이는 교육체계를 개선하는 데 있어 '임직원 역량별 교육 기반 마련'과 더불어 'CoP(Community of Practice) 기반 구축을 통한 교육 및 역량 개발' 활동을 중점적으로 추진하였습니다. 2013년에는 모바일 러닝까지 확대한 통합교육시스템을 구축하고 코웨이만의 아이덴티티를 강화할 수 있는 인성교육에 더욱 집중할 예정입니다.

STEP(Self Teaching & Education Plan) — STEP은 직원들이 자기주도하에 스스로 학습계획을 수립하도록 한 후 이 계획에 따라 지속적인 학습을 유도하여 개인과 조직의 역량을 강화하려는 코웨이의 인재육성제도입니다. 코웨이는 임직원 개개인이 교육프로그램과 수강 현황 등을 한눈에 파악하여 스스로 체계적인 학습실행관리를 할 수 있도록 STEP 통합관리시스템을 구축하여 운영의 효율성을 높이고 있습니다.

인재상



2012 STEP 운영결과

교육대상	총 1,117명(영업직 및 생산직 현장인원 제외)
	* 현장영업직 및 영업관리직은 해당 사업부문 교육팀에서 교육 진행
교육비용	총 11억 5,377만원(1인당 1,033,000원)
교육시간	총 95,743시간(온라인 25,777시간 / 오프라인 69,966시간)
	1인당 86시간

2012 인권 관련 교육 결과

과정명	Say NO! 성희롱 없는 밝은 직장문화 만들기
대상	사원 ~ 부장
교육인원	1,049명
교육시간	2,098시간

CoP를 통한 자율적 학습문화 구축 — 코웨이는 일터에서 함께 공부하고 성장하는 학습문화를 만들기 위하여 2011년 8월부터 학습조직인 CoP를 운영하고 있습니다. 해외영업 직원들은 무역실무를, IR팀은 IR연구회를, 생산본부는 생산관리연구회를 운영하는 등 전사적으로 13개 본부에 48개의 CoP가 활동 중입니다. 코웨이는 관련 교재, 외부전문강사 등 학습편의를 지원하며, 우수한 CoP를 선정하여 연수기회도 부여하고 있습니다. 임직원들은 이러한 학습조직을 통해 자신이 필요로 하고 관심이 있는 분야에 대해 업무에 구애받지 않고 스스로 자신의 역량을 강화할 수 있는 기회로 활용하고 있습니다.



미니MBA

임직원 역량강화 프로그램

직무역량개발

미니MBA	코웨이의차세대리더를 양성하기 위한 과정
(매년 실시)	2012년까지 총 7회 진행하여 140명의 졸업생 배출
12주어학과정	글로벌인재양성을 목적으로 한 12주간의 어학교육 프로그램
(주기적 실시)	수료자를 중심으로 주재원 근무 및 해외직무 기회 부여

해외연수를 통한 역량개발

해외연수WAA	신사업아이템발굴 및 글로벌역량 강화 프로그램
(매년 실시)	2012년까지 150명 이상의 직원이 30여개국 벤처마케팅 연수 수료

자기개발지원

스타아카데미	총국별 우수 코디 대상의 서비스 및 세일즈 전문가 양성과정
(매년 실시)	국내 최초의 서비스직군 교육 특화 프로그램

3.5

신뢰와 상생의 조직문화 구축

코웨이는 특유의 기업문화인 '젊음'과 '혁신', '신뢰'와 '믿음'의 가치를 확산시켜 나가고자 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 기업문화는 새로운 기업 비전인 'THE Lifestyle Design Company'를 달성하는 동력이 될 것이라 믿습니다. 특히 상생과 신뢰의 노사문화는 건강한 조직문화의 바탕인 동시에 코웨이 성장의 원동력이 되고 있습니다. 또한 고충상담방, 해피마인드 프로그램 등은 임직원 개인의 문제를 해소하여 조직문화를 건강하게 다지는 역할을 하고 있습니다.



신뢰와 상생의 노경문화 구축을 위한 노력

코웨이는 중요한 사안변동이 있을 때는 직원들에게 사전 통보하며, 필요한 경우 임시 노사협의회를 개최하여 직원들의 복지 및 근로조건 향상에 관한 원활한 협의를 이끌어내고 있습니다. 모든 노사협의회에는 CEO를 비롯한 사용자대표와 근로자대표가 함께 참여하여 의견을 나누면서 전 직원을 대변하여 합의하는 과정을 거치게 됩니다. 2012년에는 노사상생활동을 더욱 강화하여 노사협의회 워크숍을 실시하고 간담회를 진행하는 등 노사 간 소통을 확대하였습니다.

노사협의회 운영 현황

구분	2010	2011	2012
노사협의회의 횟수	7회	5회	4회
주요 Agenda	임금인상, 성과급 지급, 연차사용 등		임금인상, 매각 상황 공유, 직원 스트레스 관리 방안, 직원 근로조건 유지 등
협의안건수	7건	8건	9건
처리안건수	7건	8건	9건

ER Culture Lab(고충상담방) 운영

ER Culture Lab(고충상담방)은 임직원의 고충을 상담하고 해소하기 위한 공식적인 상담채널로서, 철저히 익명을 보장하며 회사에서의 문제를 비롯하여 개인적인 문제까지도 상담할 수 있는 제도입니다. 코웨이는 이 제도의 실질적인 효과를 높이기 위해 지속적으로 인터넷 홍보를 실시하여 누구든지 온라인에서 손쉽게 고충 상담과 접수가 가능하게 하였으며, 오프라인에서도 별도로 고충접수방을 운영하여 임직원의 고충에 즉각 대응할 수 있도록 시스템을 구축하였습니다. 코웨이의 ER Culture Lab은 임직원 개인의 고충을 원만하게 처리함으로써 다양한 인적 리스크를 예방하고 조직경쟁력을 강화하는 동시에 신뢰의 조직문화를 구축하는 데도 크게 기여하고 있습니다.

ER Culture Lab 운영 현황

고충상담의 범위	개인신상, 성장비전, 채무문제 등 개인적인 문제부터 인사제도, 업무관련, 영업관련 등과 같이 조직운영의 전반적인 부분까지 포괄
고충접수 방법	온라인: 게시판(고충상담방), 메일, 메신저 등 오프라인: 유선, 방문, 식구의 소개 등
고충상담 처리절차	고충작성 > 고충등록 > 고충접수 > 고충해결
처리결과 회신	등록 후 2일 이내(실제 평균 1.2일내 처리)

고충처리 접수 및 해소 결과

구분	2011	2012
접수건수	140건	56건
처리건수	140건	56건
처리율	100%	100%
주요고충유형	인사, 영업, 업무, 개인신상 등	개인, 소통, 영업, 인사 등

해피마인드

해피마인드는 외부의 전문 상담기관과 연계하여 임직원에게 심리상담서비스를 제공하는 제도입니다. 2011년 6월부터 서울·경기지역 근무자를 주요 대상으로 시작하여 전국으로 확대 시행중이며, 1회에 50분씩 1대1 상담방식으로 운영합니다. 희망자의 개별 요청에 따라 익명 보장을 원칙으로 진행하며, 1인당 최대 연간 5회의 상담과 2종의 검사를 무료로 지원하고 있습니다. 상담분야는 개인의 심적 갈등을 비롯하여 가족과 부부문제, 대인관계, 그리고 업무스트레스 등 조직 내 문제에 이르기까지 다양합니다. 이 제도는 임직원의 스트레스를 해소하고 조직생활에서의 다양한 문제를 해결함으로써 건강한 근무환경과 조직문화를 조성하기 위한 솔루션으로 활용되고 있습니다.

해피마인드 운영 현황

참여인원	15명(부부 포함)
상담횟수	64회(19회 검사)
지원비용	5,070,000원



해피마인드 신청 화면



Material Issue 4
지역사회 참여 및 개발

4

OUR APPROACHES

코웨이는 '우리 자녀들의 건강한 미래를 위한 삶의 질 개선'이라는 사회공헌 비전을 수립하고, 이를 실현하기 위해 '지구환경 보전, 소외계층의 식생활 개선, 아동의 미래를 위한 책임, 저개발 국가 지원' 등을 4대 실천방향으로 설정하여 다양한 사회공헌 프로그램을 실행하고 있습니다. 그리고 그 실효성을 높이기 위해 회사의 핵심 비즈니스와 연관성이 높은 프로그램을 집중적으로 개발함으로써 각각의 프로그램들이 지역사회의 환경과 삶의 질 개선에 기여하고 있습니다. 향후에도 코웨이는 2013년 새롭게 수립한 기업의 비전과 핵심가치, 그리고 이해관계자들의 관심사항을 사회공헌활동에 반영하여 지역사회의 참여 및 개발을 촉진하고 삶의 질을 향상토록 노력할 것입니다. 또 모든 임직원이 자발적으로 참여하여 지역사회 발전에 공헌하는 문화가 조직 전반에 정착될 수 있도록 전사 차원의 추진체계를 효율화하고 지역 사회와의 소통을 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

OUR ACHIEVEMENTS

핵심관리이슈	2012 활동	페이지
지역사회 소통 및 참여 확대	• 지역사회 의견 수렴을 통한 사회공헌 프로그램 실행	54p
사회공헌 통합관리체계	• 임직원 개개인의 사회공헌활동 성과관리시스템 관리 • 임직원의 자발적 참여의 사회공헌활동 문화 정착	55p
전략적 사회공헌활동	• 유구천가꾸기, 캄보디아 우물파기의 지속적 전개 • 고객참여형 사회공헌활동 프로그램 운영 • 협력사와 함께 그린서포터즈 프로그램 운영	56p
사회적기대 및 요구 대응	• 주거환경 개선 사회공헌 진행 • '소외계층 먹거리 부족문제' 해결을 위한 사회공헌 프로그램 진행	59p

OUR KEY INDEX

사회공헌비	기부금
9,425 만원	11.4 억원
임직원 인당 봉사 시간	봉사단 임직원 수
18.1 시간	2,030 명



4.1

지역사회 소통 및 참여 확대

코웨이는 지역사회와 조화를 이루면서 지역사회 발전에 기여하기 위하여 다양한 활동을 펼치고 있습니다. 특히 효과적인 커뮤니케이션 채널을 가동하여 지역사회와 소통하고, 이를 기반으로 지역사회의 발전에 참여하는 실질적인 사회공헌 프로그램을 개발하여 지속적으로 운영하고 있습니다.



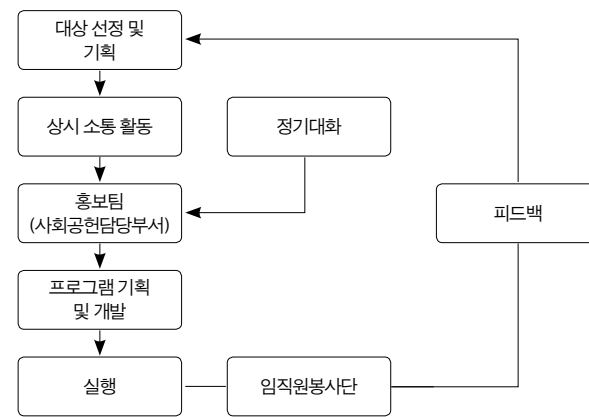
지역사회에 대한 정의와 범위

서울, 유구, 포천, 인천 등의 지역은 코웨이의 사업장이 있는 지역사회입니다. 즉, 회사에 우수한 인력을 공급하고 행정적인 지원과 발전적인 조언을 해주는 중요한 파트너로서, 회사와 경제적, 사회적, 환경적 영향을 주고받는 공생관계인 것입니다. 이러한 인식을 바탕으로 코웨이는 '지역적으로 사업장이 위치한 행정구역을 중심으로 지역주민, 지자체, 협력사, NGO 및 시민단체, 학교 및 연구기관, 언론과 미디어 등 우리 기업과 크고 작은 관계를 가지고 영향을 주고받는 모든 것'을 지역사회로 정의하고 있습니다. 앞으로는 글로벌 기업시민으로서 선도적인 역할을 수행하기 위해 지역사회의 범위를 더욱 확대해 나갈 예정입니다.

지역사회와의 소통을 위한 채널과 프로세스

코웨이는 각 사업장별로 공장관리팀이 주관이 되어 해당지역의 기관단체와 주민들의 의견을 듣기 위한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다. 유구사업장은 오피니언 리더층을 대상으로 지역사회의 의견을 수렴하고 공동발전의 방향을 모색하기 위하여 유구지역발전협의회를 운영하고 있으며, 포천사업장은 지역주민들이 참여하는 다양한 협의회를 상시적으로 운영하고 있습니다. 또 인천사업장은 한국산업단지공단 내에 상주하고 있는 기업들과 함께 남동총무회를 운영하면서 지역사회의 다양한 의견을 수렴하고 있습니다. 수렴한 의견은 코웨이의 사회공헌활동 프로그램 개발과 지역사회 참여 프로그램에 반영하여 활용하고 있습니다. 그리고 이에 따른 활동의 결과와 향후 계획은 지속가능보고서와 홈페이지 등을 통해 공유하고 있습니다.

지역사회 소통과 의견 수렴 프로세스



지역사회 소통 채널과 활동 결과

유구공장	
채널	유구지역발전협의회
참여인원	40명
대상 및 내용	유구지역단체장(읍장, 파출소장, 학교장 등)과 오피니언리더 의견 수렴 및 지역현안 협의
주기	월 1회
포천공장	
채널	포천시청 정기 회의, 신북면사무소 정기회의, 기지2리 협의회
참여인원	20명
대상 및 내용	1) 포천시청: 인허가 및 기업지원 관련 협의, 자원봉사활동 지원 협력 2) 신북면사무소: 방위협의회 관련 지역협력 방안 도출 3) 기지2리장: 지역주민 의견 수렴
주기	격월 1회
인천공장	
채널	남동총무회
참여인원	-
대상 및 내용	2012년 활동 없음
주기	비상시

지역사회 사회공헌 프로그램 개발

지역사회 소통과 참여 활동은 지역사회가 도움을 필요로 하는 부분을 적극적으로 찾아내고 실질적인 도움이 될 수 있는 방안을 모색하여 코웨이의 고유한 사회공헌 프로그램으로 실행하기 위한 중요한 출발점입니다. 2012년에도 적극적인 소통활동을 전개하고 이를 토대로 저소득층 주거환경 개선 봉사활동, 글로벌 다문화 장학금 지원, 사회공헌 중무식 등 다양한 사회공헌 프로그램을 실행함으로써 지역사회와 공존하는 기업 모델을 만들어가고 있습니다.

지역사회 사회공헌활동

프로그램	활동 및 성과
CL사업 지역 총/지구장 정기봉사활동 (연탄나눔, 김장나눔)	2005년부터 매년 서울, 인천, 부산지역을 중심으로 연탄 1만~2만 장과 김장나눔 실천
저소득층 어린이 주거환경 개선 봉사활동	홈플러스와 공동으로 프로모션을 전개하여 참여고객으로부터 나눔사랑 기금 적립 후 저소득층 주거환경 개선 봉사활동 전개
서울대학교 공진 글로벌 다문화 장학금	2010년 이후 5년간 아시아권 개발도상국의 우수대학에서 서울대로 파견된 교환학생 10명을 대상으로 1인당 연간 1,000만원의 장학금 지원
사회공헌 중무식	연말의 중무식을 전 임직원 봉사활동으로 대체하여 진행 (독거노인가정방문, 연탄나눔, 김장나눔, 복지관, 환경미화 등). 임직원 500여명 참가, 5,000만원 기부
몽골 학생 응진플레이도시 체험	재한 몽골학교 학생과 나심다문화어린이집 원생 93명을 초청하여 응진플레이도시 체험기회 및 식사 제공. 향후 지속적으로 후원 예정
사내 동호회 재능기부 (해외)아프리카간이정수 시설 설치사업	블루씨(스킨스쿠버 동호회): 울릉도와 강원도 등지에서 쓰레기 줍기 등 바다사랑 클린 행사 실시 아프리카가나의 제시피마을에 간이정수장치를 설치하여 주민 4,000명(하루 100톤 규모)이 깨끗한 물을 마실 수 있도록 생활환경 개선



김장 봉사활동



사회공헌 중무식 봉사활동

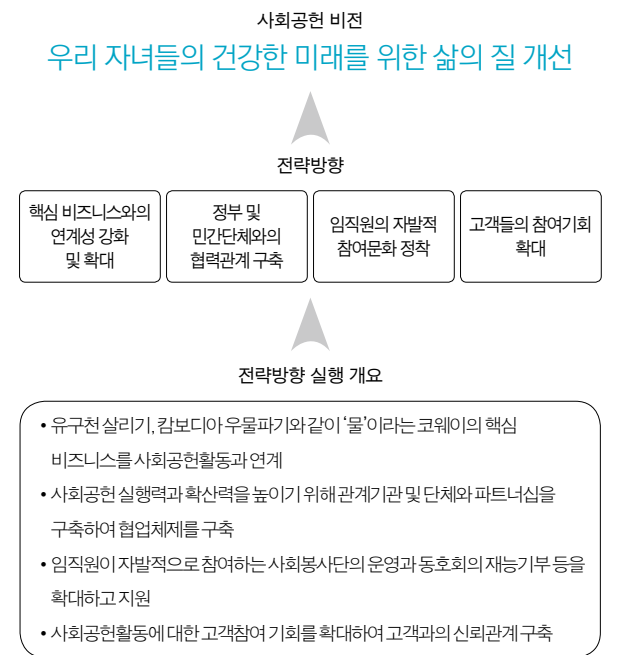
4.2

사회공헌 통합관리체계

2012년 코웨이는 '우리 자녀들의 건강한 미래를 위한 삶의 질 개선'을 사회공헌활동 비전으로 수립하고, 핵심 비즈니스와의 연계성 강화 및 확대, 정부 및 민간단체와의 협력관계 구축, 임직원의 자발적 참여문화 정착, 고객들의 참여기회 확대 등 4가지 전략방향으로 설정하여 사회공헌활동을 전개하고 있으며, 담당부서인 홍보팀을 중심으로 각 팀별 봉사 코디네이터를 지정하여 체계적으로 운영하고 있습니다. 또 전사 봉사단과 동호회도 봉사활동의 중요한 축을 담당하고 있습니다.



사회공헌활동 추진방향



사회공헌활동 통합관리체계

코웨이의 사회공헌활동은 이 활동을 기획하고 운영 및 관리하는 홍보팀을 중심으로, 각 팀에 봉사 코디네이터를 지정하여 팀별 또는 본부 단위 별로 자발적인 봉사활동이 진행될 수 있도록 추진체계를 구축하고 있습니다. 또한 2,030명(2012년 현재)의 임직원이 참여하는 전사 봉사단을 구성하여 활동하고 있으며, 다수의 사내 동호회가 각자의 분야에서 재능기부를 펼치고 있습니다. 회사는 이들이 원활하게 봉사활동을 수행할 수 있도록 지원 프로그램을 운영하고 있으며, 임직원 개인이 봉사활동에 관한 데이터를 사회공헌활동 성과관리시스템에 스스로 입력하고 관리할 수 있도록 운영체계를 구축하고 있습니다.

사회공헌활동 주요 성과

2012년 코웨이의 사회공헌비용 투자는 전년도에 비해 상대적으로 줄어들었으나 기부금과 임직원 봉사시간 등은 거의 비슷한 수준을 유지하였습니다. 또 비즈니스와 사회공헌 프로그램의 연계성 강화, 기관단체와의 협력체계 구축, 고객 참여기회 확대 등 사회공헌활동의 전략방향을 명확히 정립하고 이를 균형 있게 추진하여 내실을 기하였습니다. 특히 임직원이 자발적으로 참여하는 사회봉사활동이 기업문화로 확고하게 정착된 것을 2012년의 가장 큰 성과라고 볼 수 있습니다. 2013년에는 새로운 비전체계와 디 선포에 맞추어 기존의 사회공헌활동을 더욱 보완하고 체계화하여 전략적으로 추진할 계획을 세우고 있습니다. 기존에 수행해 온 전략적 사회공헌 프로그램의 효과를 높일 수 있도록 지속성을 확보하고 내실을 다지는 한편 이해관계자의 참여를 더욱 확대하는 열린 사회공헌 프로그램을 본격적으로 추진할 예정입니다.



유구천 환경미화



캄보디아 봉사

사회공헌활동 주요 지표

구분	2010	2011	2012
사회공헌비	8.6억원	2.4억원	0.94억원
기부금	11.3억원	13.8억원	11.4억원
임직원인당	17.3시간	18.4시간	18.1시간
봉사시간	(총 30,800시간)	(총 33,500시간)	(총 36,224시간)
봉사단임직원수	1,783명	1,817명	2,030명

고객참여형 사회공헌활동

고객참여형 사회공헌활동은 코웨이의 지역사회 참여와 개발 프로그램의 새로운 모델로 자리 잡고 있습니다. 이 프로그램은 고객의 자발적인 참여를 유도하여 고객으로 하여금 사회적 기부활동을 경험할 수 있도록 기회를 제공해 줄 뿐만 아니라 코웨이와 고객 사이의 신뢰관계 구축에도 크게 기여하고 있습니다. 코웨이의 고객참여형 사회공헌 프로그램은 고객이 페이프리 사이트의 스위젤 포인트를 기부하는 방식으로 참여하는 유구미 기부와 캄보디아 우물 기부로 구성되어 있습니다. 유구미 기부에는 682명의 고객이 참여하여 친환경 쌀인 유구미 300포대를 먹거리나누기운동협의회에 기부하였고, 캄보디아 우물 기부에는 1,601명의 고객이 참여하여 우물 27개를 기부하였습니다. 2013년 1분기에는 포인트를 기부한 고객 중 20명이 캄보디아 봉사활동에도 직접 참여할 예정입니다. 코웨이는 사회공헌활동에 고객의 참여를 지속적으로 확대하여 고객과 함께 사회적 공유가치를 창조하는 노력을 더욱 더 강화해 나가겠습니다.



유구미기증

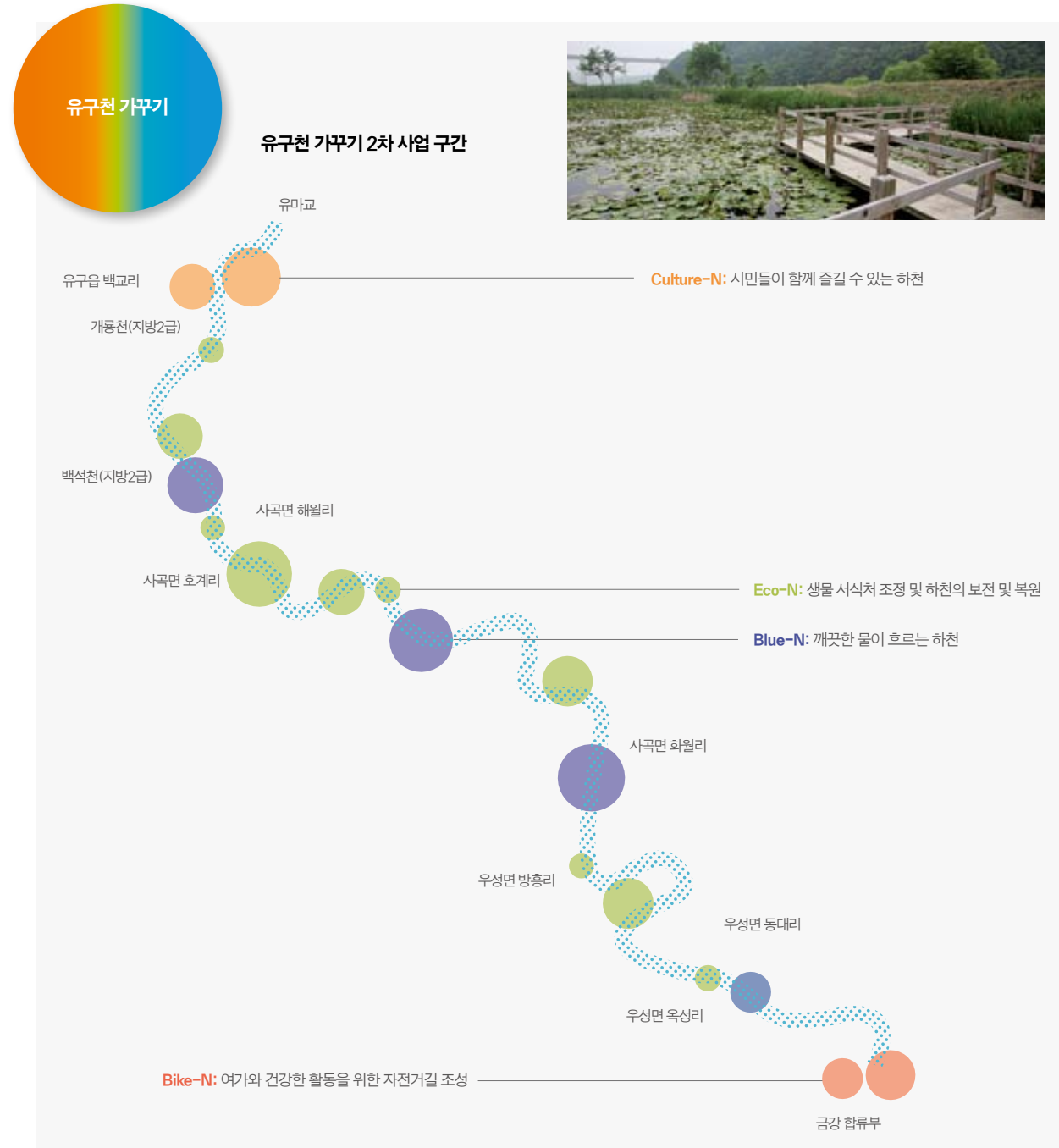
4.3

전략적 사회공헌활동

코웨이는 유구천 가꾸기, 캄보디아 우물파기 등 핵심 비즈니스와 연계한 사회공헌 프로그램을 전략적으로 운영하는 한편, 고객참여형 프로그램과 협력사 참여형 프로그램 등 이해관계자 참여형 사회공헌 프로그램을 운영하여 사회공헌활동의 저변을 확대하고 활동의 성과를 극대화하고 있습니다.

전략적 사회공헌활동

코웨이는 전략적인 사회공헌활동 프로그램으로 '유구천 가꾸기'와 '행복한 우물파기 사업'을 전개하고 있습니다. 이 프로그램들은 비즈니스와의 연계성 강화, 정부 및 민간단체와의 협력체계 강화, 임직원의 자발적 참여 확대, 그리고 고객들의 참여 확대 등 코웨이의 사회공헌활동 4대 추진방향과 가장 잘 부합하는 활동으로, 오랜 기간에 걸쳐 지속적으로 추진함으로써 전문성을 축적하여 활동성과를 높여가고 있습니다. 2012년에는 회사의 지배구조가 바뀌는 경영환경 변화로 인해 활동 성과를 크게 확대하지는 못했지만 오히려 내실을 다지는 기회로 삼아 꾸준히 실천함으로써 그 효과를 유지할 수 있었습니다.



2012 유구천 가꾸기

구분	성과
참여인원수	254명
봉사횟수	9회
참여시간	2,032시간
주요 성과	수질개선: 1a 등급수질유지 생물다양성 개선: 2012년에는 생태계조사 실시하지 않음 생물다양성 유지를 위해 지속적으로 수질 관리하고 있음 유구미 판매: 20,000포대(10kg 기준) 폐자원수거 매칭지원: 종료

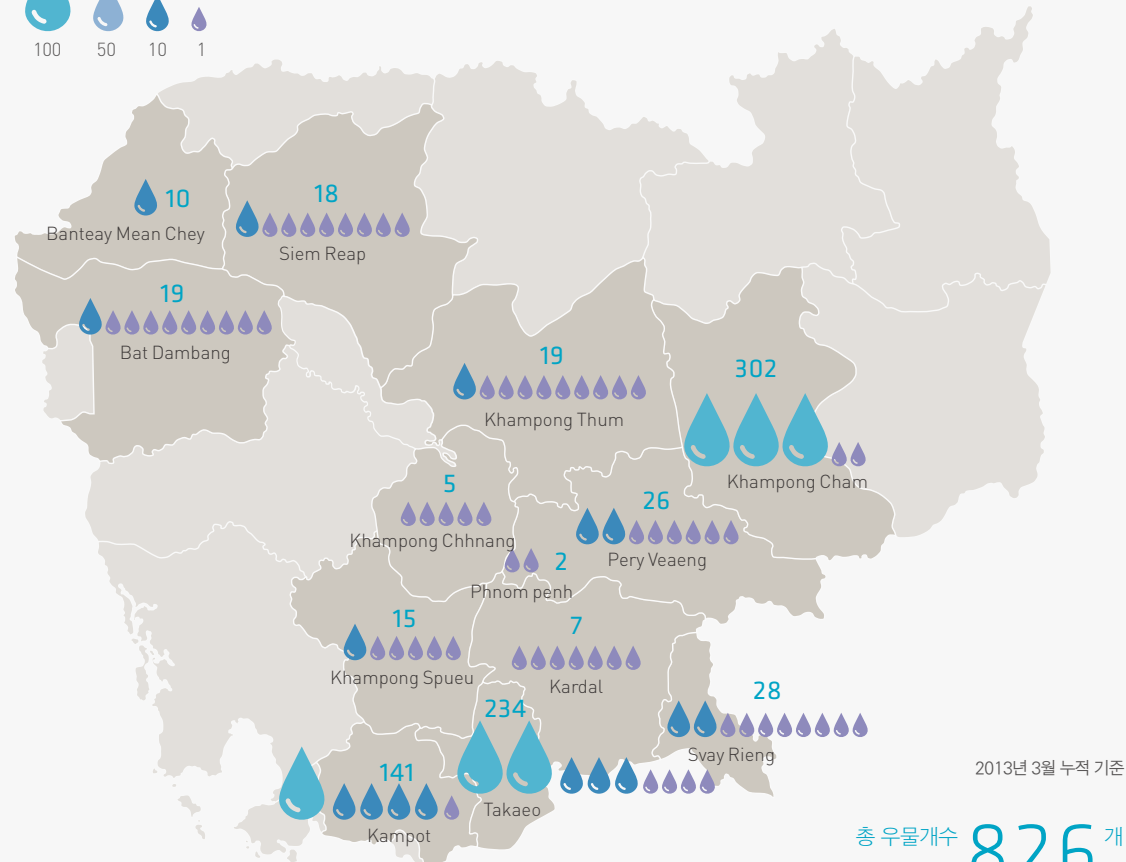
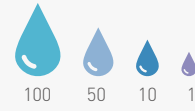
유구천 가꾸기 2차 사업

코웨이는 유구천 가꾸기 1차 사업(2006년~2011년)을 통해 지역사회에 수질과 생태 환경을 개선할 수 있었습니다. 그 효과를 보다 확대하기 위해 유구천 하류까지 구간을 확대하여 환경부, 공주시와 함께 2012년부터 2차 사업을 시작했습니다. 코웨이는 2차 사업을 통해 2016년까지 '유구천 가꾸기' 사업을 지속해 나갈 것입니다.

사업기간:	2012년 ~ 2016년(5년간)
사업구간:	공주시신평면 영정리 ~ 금강 합류부(22.4km)
사업내용:	환경부/공주시(유구천 본류 생태하천 복원) 코웨이(유구천 자류 자정식물 식재/임직원 정화활동)



캄보디아 우물 지원 현황



2013년 3월 누적 기준

총 우물개수 826 개

코웨이 기부개수 700 개

행복한 우물파기

구분	2011	2012
해외봉사활동인원수	17명	22명
누적 우물 개수	650개	767개
수혜지역수	2도 4군 6면 13마을	2도 4군 12면 23마을

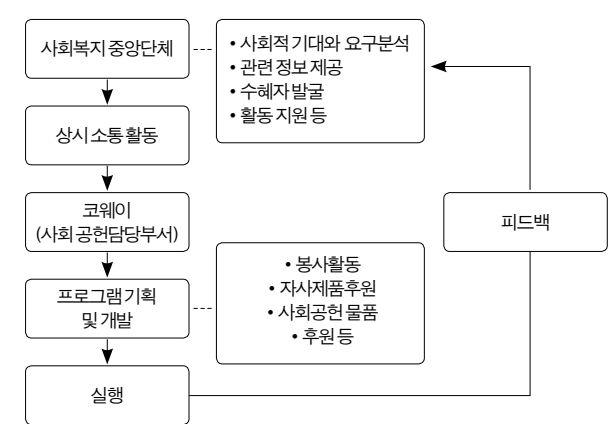
협력사 참여형 사회공헌활동

협력사와 함께 하는 사회공헌활동은 신뢰의 파트너십을 구축하고 이를 바탕으로 비즈니스 경쟁력 강화 및 리스크관리에도 기여함으로써 동반성장을 추구하는 중요한 계기가 되고 있습니다. 특히 코웨이의 그린서포터즈는 임직원의 환경관련 재능 기부를 통해 협력사의 유해물질 대응, 안전보건 및 사업장 청결, 온실가스 배출량 산정, EHS 자기평가 등을 지원합니다. 협력사의 환경리스크를 감소시켜 해당 협력사만이 아니라 코웨이의 경쟁력을 끌어올리는 데도 큰 역할을 하였습니다. 2012년에는 정양수지, KJ(주) 등의 협력사와 함께 환경경영팀 주관으로 그린서포터즈 프로그램(협력사에 환경전문지식을 확산하는 자원봉사 활동)을 운영하였습니다. 이 밖에도 코웨이는 협력사와 함께 '1사 1촌 프로그램'을 진행하는 등 공동 사회공헌활동의 범위와 영역을 확대해 나가고 있습니다.



그린서포터즈 프로그램

지역사회 소통과 의견 수렴 프로세스



소외계층 먹거리 문제 해결 및 주거환경 개선

코웨이는 '경기침체로 인한 소외계층 먹거리 부족 문제'와 '주거환경 개선'을 2012년 사회공헌활동의 테마로 선정하여 중점 추진하였습니다. 이에 따라 먹거리나눔기운동협의회를 통해 월 평균 50여 명의 임직원이 독거노인 급식 봉사활동에 참여하였고, 식문제 해결이 시급한 가정에 2012년 한 해 동안 총 3,328포대(10kg 기준)의 쌀을 지원하였습니다. 또 각종 유해물질에 취약한 계층을 대상으로 한국환경공단과 함께 건강도우미 컨설팅 사업을 실시하였고, 침수가구 및 취약가구에는 코웨이 공기청정기 147대를 지원하여 환경유해요인에서 비롯되는 각종 질병환경 개선에 기여하였습니다. 이와 함께 유통업체인 홈플러스와 공동으로 '나눔사랑 하우징' 프로그램을 가동하여 저소득층 가정 어린이의 주거 및 학습환경을 개선하는 봉사활동도 활발하게 전개하였습니다.



주거환경개선 봉사활동

4.4 사회적 기대 및 요구 대응

코웨이는 기업시민의 일원으로서 이해관계자들과 신뢰관계를 구축하기 위해 사회적 기대와 요구에 적극적인 대응활동을 펼치고 있습니다. 상시적으로 전략적 사회공헌 프로그램과 다양한 봉사활동을 시행하고 있으나, 때마다 새롭게 발생하는 사회적 이슈에도 적극 참여하며 이슈 개선을 위한 다양한 프로그램을 추진하고 있습니다.

사회적 기대와 요구 규명 프로세스

사회적 기대와 요구를 신속히 수렴하여 이에 대응하는 것은 지역사회 발전에 기여하는 일일 뿐만 아니라 사람들의 라이프스타일을 개선하고 새롭게 디자인하는 일입니다. 한편으로는 코웨이가 생산하는 제품과 서비스의 개선방향을 수립하고 회사의 경쟁력을 강화하는 중요한 프로세스이기도 합니다. 코웨이는 사회문제나 사회이슈에 전문성을 가지고 있는 다양한 기관단체, 특히 사회복지 전문기관, NGO 등과 파트너십을 구축하여 정기적인 커뮤니케이션을 실시하고 있습니다. 그리고 이들 기관단체가 가진 전문성과 풍부한 정보를 바탕으로 신속하게 개선해야 할 사회적 이슈나 문제를 규명한 후 코웨이가 실행할 수 있는 각종 봉사활동 프로그램을 개발하여 실행하고, 기부 및 현물 지원 등을 실시하고 있습니다.



Material Issue 5
협력사 상생경영



OUR APPROACHES

코웨이는 건강한 거래관계를 바탕으로 협력사와 상생경영을 추구합니다. 기업의 지속적인 발전을 위해서는 협력사와 투명하고 정당한 거래관계를 구축하고 이를 가치창출의 근원으로 삼아 상생하는 진정한 동반관계를 구축해야 하기 때문입니다. 협력사의 경쟁력은 곧 코웨이의 경쟁력이 되고 협력사의 리스크 역시 코웨이의 리스크로 이어집니다. 이러한 철학을 바탕으로 코웨이는 협력사와의 상생경영을 위해 노력하고 있습니다. 협력사 소통과 참여 확대, 통합 협력사 관리체계 구축, 협력사와의 동반성장활동 강화, 협력사 참여와 사회공헌활동 확대 등 4대 추진방향을 수립하고 다양한 활동을 지속적으로 실행하고 있습니다. 특히 자금 및 금융지원 프로그램, 원자재 통합구매 프로그램, 기술 및 혁신 지원 프로그램과 같은 3대 핵심 프로그램을 운영하며 협력사를 지원하며 이를 코웨이 가치사슬(Value-chain) 전체의 경쟁력을 높이는 활동으로 확장해가고 있습니다.

OUR ACHIEVEMENTS

핵심관리이슈	2012 활동	페이지
협력사 소통과 커뮤니케이션	• 열린구매시스템을 통한 협력사 상시 소통	62p
협력사 통합관리체계 구축	• 신규 부품업체 선정시 프로세스 개선 • SRM(구매 및 협력사 통합관리시스템) 구축 및 운영	63p 63p
협력사 동반성장 활동 강화	• 협력사 상상오션 제도 운영 • 동반성장을 위한 비전 및 중기 로드맵 수립	64p 64p
협력사 참여와 공헌활동 확대	• 그린파트너십, COP 아카데미의 지속적 운영 • 웅비회와 1사 1촌활동 전개	65p 65p

OUR KEY INDEX

혁신활동 성과 금액	38.9 억원	그린파트너십 인증 협력사 수	55 개사
기술지원 성과(입고품질)	142 PPM	원자재 통합구매를 통한 총 절감액	11.6 억원



5.1

협력사 소통과 커뮤니케이션

코웨이는 협력사와의 상생경영이 회사의 경쟁력을 강화하고 지속가능경영을 실현하는 기반이라 믿고 협력사와의 동반성장을 추구하고 있습니다. 협력사와의 원활한 소통을 위해 협력사 상생오션 등 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 협력사 협의체인 웅비회를 구성하여 폭넓게 의견을 교환하며 상생의 방안을 모색하고 있습니다.



협력사에 대한 정의와 범위

코웨이는 '제품의 생산과 서비스의 제공을 위해 원부자재와 관련 서비스를 공급하는 협력 파트너'를 협력사로 정의하고 있습니다. 협력사는 코웨이가 최고의 제품과 서비스를 제공할 수 있도록 토대를 만들어주는 중요한 동반자입니다. 코웨이는 지속가능경영 실현을 위해 공정하고 투명한 방식을 통해 경쟁력 있고 사회적 책임을 다하는 기업을 협력사로 선정하고 있습니다. 협력사와 투명한 대금결제 등의 업무 프로세스를 정립하여 건강하고 평등한 거래관계를 형성하는 등 협력사 파트너십을 강화하기 위한 조치들을 확대 시행함으로써 신뢰에 기반을 둔 협력관계를 돈독히 하고 있습니다.

협력사와 소통 커뮤니케이션 채널

코웨이는 협력사와의 상호 이해증진 및 업무효율성 제고를 위하여 다양한 소통채널을 운영하고 있습니다. 협력사 전용의 '열린 구매시스템'을 구축하여 협력사들로 하여금 코웨이의 구매정책과 생산/발주 현황을 확인할 수 있게 하였고, 구매상담과 제도개선을 위한 제안 시스템을 운영하는 등 상시적으로 소통할 수 있는 대화의 장도 마련하였습니다. 또 협력사들과 정기적인 간담회를 개최하며 상생을 위한 방안을 심도 있게 논의하고 있고, 정기적으로 설문조사를 실시하여 협력사의 만족도와 애로사항을 청취하고 있습니다. 이 밖에도 다양한 방식의 커뮤니케이션 채널을 운영하여 협력사와 폭넓게 정보를 공유하고 협력을 강화하고 있습니다.

협력사 커뮤니케이션 채널 및 운영

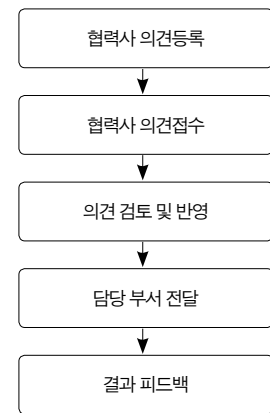
채널	운영횟수	참여기업수
만족도 조사	연 1회	100개사
협력사 협의회(웅비회)	분기 1회	20개사
물성별 교류회	격월	업종별 4개팀
협력사 혁신대회	연 1회	35개사
협력사 전용 포털 '열린구매시스템'	상시	전체

웅비회(熊飛會) 운영 — 웅비회는 2011년 코웨이의 20개 협력사를 중심으로 발족한 협력사 협의회로, 다양한 주제로 폭넓게 커뮤니케이션 할 수 있게 하는 중요한 소통채널입니다. 웅비회는 협력사 간의 자주적인 소통을 강화하고 제조현장의 각종 애로사항과 고객의 소리(VOC)를 파악하여 능동적으로 대응할 수 있도록 운영하고 있습니다. 2013년에는 웅비회 활동을 더욱 활성화할 계획입니다. 특히 분기별로 정기총회를 개최하여 경영정보를 공유하고 각종 현안과 이슈를 협의할 것이며, 물성별 교류회도 실시하여 협력사별 혁신활동 추진 현황을 공유하는 동시에, 협력사VOC를 수렴하여 개선이 필요한 과제를 도출하고 개선결과를 피드백하는 등 다양한 정보교류 및 소통 활동을 전개하여 동반성장의 기반을 확고히 하고자 합니다.

협력사 의견수렴 프로세스

코웨이는 다음과 같은 프로세스로 협력사의 다양한 니즈와 의견을 수렴하고 있으며, 이를 적극적으로 비즈니스 및 경영활동에 반영하고 있습니다.

협력사 의견수렴 프로세스



협력사 만족도 조사 결과

코웨이는 협력사와의 관계 강화 및 구매 프로세스 개선을 위하여 매년 협력사를 대상으로 '협력사 만족도 조사'를 실시하고 있습니다. 그러나 2012년에는 그동안 협력사 만족도 통합조사를 실시하였던 웅진홀딩스에 법정관리 이슈가 발생하여 조사를 진행하지 못하였습니다. 앞으로는 코웨이 자체적으로 만족도 조사를 실시하여 경영전략에 반영할 계획입니다.

협력사 만족도 조사 결과

구분	2009	2010	2011
협력사 만족도	87.3	85.4	86.3
차원종합 만족도	84.5	79.4	81.9
체감 만족도	85.7	82.0	82.8
추진 의향지수	80.8	78.7	84.0
윤리수준	92.1	92.7	91.7

5.2

협력사 통합관리체계 구축

코웨이는 협력사와 투명하고 공정한 거래관계를 기반으로 동반성장하기 위하여 공정한 평가 프로세스를 운영하고 있으며, 평가 결과 협력사의 각 등급에 따라 실효성 있는 상생 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 협력사에 대한 지원업무를 효율적으로 수행하기 위하여 구매 및 협력사 통합관리 시스템을 구축하여 운영하고 있으며, 공정거래문화를 정착하기 위해 노력하고 있습니다.

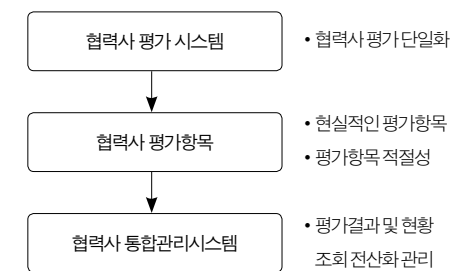


협력사 평가 프로세스 개선

코웨이는 공정한 거래관계에 기반을 두고 우수협력사를 지속적으로 발굴하기 위해 협력사에 대한 평가제도를 운영하고 있습니다. 평가 제도는 객관적이고 투명하게 시행하고 있으며, 평가 결과로 나타난 등급에 따라 맞춤형의 차별화된 상생협력 프로그램을 적용하고 있습니다. 평가시에는 기본적인 평가요소인 원가, 품질, 납기를 비롯하여 윤리경영, 환경경영, 소속 임직원에게 대한 인권보장 등 사회적 책임의 이행 정도까지도 평가항목에 반영함으로써 운영에 리스크가 있는 협력사를 선별해내고 있으며, 동시에 협력사 스스로 지속가능경영 활동을 성실히 수행할 수 있도록 유도하고 있습니다.

2012년에는 이러한 협력사 선정 및 평가제도를 대폭 개선하여 평가의 효율성을 높였습니다. 우선 신규 부품업체 선정시 기존에는 견적 입찰에 의해 평가가 이루어지던 것을 잠재 협력사 평가를 통한 물량 배분 방식으로 바꾸었습니다. 평가항목에서도 기존에는 실태평가와 그린파트너십, 품질경영시스템으로 구분하여 각각 평가하던 것을 하나로 묶어 관리하는 방식으로 변화하였으며, 평가항목과 배점구성도 정밀하게 점검하여 현실성 있게 재개정하였습니다. 한편으로는 협력사 통합관리시스템을 구축하여 협력사에 대한 데이터를 효과적으로 관리할 수 있도록 함으로써 평가의 실효성을 더욱 높였습니다.

2012 협력사 평가 개선



구매 및 협력사 통합관리시스템(SRM)

코웨이는 협력사에 대한 구매 및 제반 관리업무를 통합적으로 수행할 수 있는 협력사 통합관리시스템(SRM)을 구축하였습니다. 이는 협력사와의 커뮤니케이션 창구를 일원화한 것으로, 이 시스템을 구축함에 따라 신속한 정보공유와 의견 수렴이 가능해져 관련업무의 효율성을 제고할 수 있게 되었습니다. 특히 전략적인 협력사 관리체계가 확립됨으로써 예비협력사를 확보하거나 우수 협력사 육성 프로세스를 체계적으로 시행할 수 있게 되었습니다. 더불어 협력사 평가의 시스템화를 실현하여 평가과정의 투명성을 확보하였고, 협력사의 실적과 업체정보와 같은 주요 정보, 거래 변동내역, 신용평가기관과 연동된 주요 재무변동사항 등을 효과적으로 관리할 수 있어 보다 전략적으로 협력사 관리를 실현할 수 있게 되었습니다.

협력사와의 공정거래문화 구축 노력

코웨이는 협력사 선정 및 평가업무 전반을 항상 투명하고 공정하게 관리하고 있습니다. 자율경쟁의 원칙에 따라 모든 거래에 협력사의 평등한 참여기회를 보장하고 있으며, 투명하고 공정한 거래를 통해 상호 신뢰관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구하고 있습니다. 이는 코웨이의 윤리규범에도 명시되어 있습니다.

윤리규범 제3장 공정한 거래

1 평등한 기회

- 자격을 구비한 모든 업체에게 거래선 등록 및 선정의 참여 기회를 평등하게 부여한다.
- 거래선 등록 및 선정은 객관적이고 공정한 심사기준에 따라 합리적으로 수행한다.

2 공정한 거래절차

- 모든 거래는 상호 대등한 위치에서 공정하게 이루어지며 조건 및 절차에 대해 사전에 충분한 협의를 거친다.
- 우월적 지위를 이용한 어떠한 형태의 부당행위도 하지 않는다.
- 거래선 선정시 특수관계자 즉, 임직원의 가족, 친인척, 친구, 학연 및 지연에 의한 관계자, 근무경력자 등을 객관적인 검증절차(입찰, 비교견적 등) 없이 거래처로 선정하지 않는다.

3 상호발전의 추구

- 장기적으로 거래선이 경쟁력을 갖추고 성장할 수 있도록 적극 지원하고, 혁신을 통하여 창출된 수익을 상호 공유한다.

5.3

협력사 동반성장활동 강화

코웨이는 협력사와의 동반성장을 위하여 다양한 상생협력 프로그램을 운영하고 있습니다. R&D 투자 확대, 자금리 대출, 무이자 자금 지원, 상생협력 펀드 등의 경영지원 프로그램을 비롯하여 원자재 통합구매, 혁신활동 지원 등 협력 프로그램의 범위도 더욱 확대해 나가고 있습니다.



동반성장 관련 방침과 전략방향

코웨이는 협력사와 동반성장하기 위해서는 협력사의 경쟁력을 강화하는 것이 무엇보다 중요하다고 생각합니다. 협력사의 경쟁력이 코웨이의 경쟁력이 되고, 코웨이의 경쟁력이 곧 협력사의 시장진출과 경영성과 창출의 토대가 되기 때문입니다. 코웨이는 협력사의 자생력을 높이고 경영체질을 강화하기 위한 다양한 상생협력 프로그램을 운영하고 있습니다. 원활한 경영활동을 영위할 수 있도록 자금을 지원하는 것은 물론 연구개발 등 다양한 분야에서 동반 혁신활동을 전개하여 시너지를 제고하고자 노력하고 있으며, 각각의 이슈별로 협력 채널을 구축하여 동반 성장을 위한 상생협력의 폭을 넓혀가고 있습니다.

2012년 협력사 동반성장 프로그램 운영 결과

무이자 자금지원 — 코웨이는 협력사의 재무상황과 경영성과에 따라 일정 기간 무이자로 경영자금을 지원하여 협력사가 안심하고 생산성과 품질 향상에 매진할 수 있도록 협력하고 있습니다. 2012년에는 27개사에 17.8억원을 지원하였으며, 상환일이 도래한 협력사에는 상환기간을 연기시켜 해당 업체의 자금부담을 완화하는 데 도움을 주었습니다.

상생협력펀드 운영 프로그램 — 코웨이는 협력사들이 보다 활발하게 지속가능경영 활동을 추진할 수 있도록 2011년부터 '코웨이 상생협력 펀드'를 운영하고 있습니다. 2012년에도 국내은행과 함께 총 90억원의 펀드를 조성하여 협력사 저리 대출을 통해 지원함으로써 협력사들이 자금부족 문제를 해결하고 내부역량을 강화하여 기업경쟁력을 제고하도록 지원하였습니다.

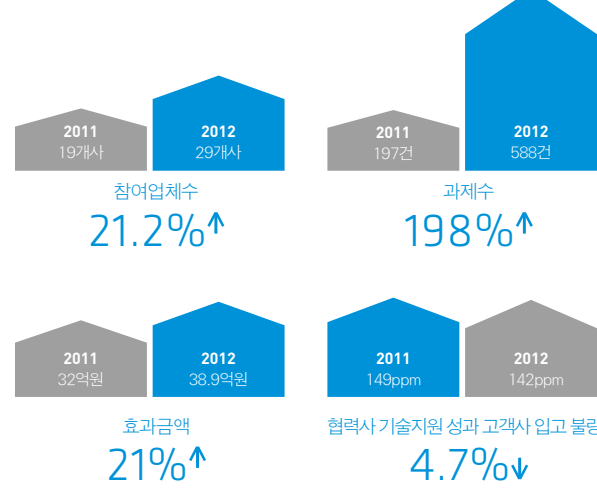
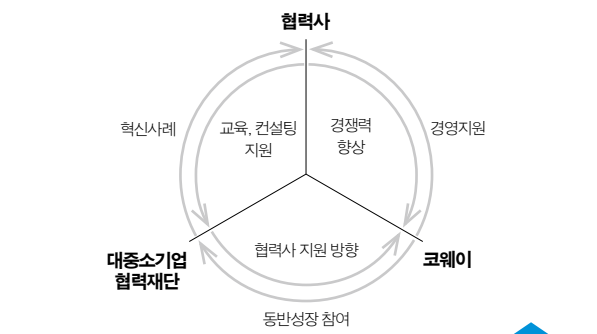
원자재 통합구매 — 코웨이는 최근 원자재가격 상승으로 인한 협력사의 어려움을 원자재 통합구매 추진을 통해 해결하고 있습니다. 코웨이 노하우가 담긴 독자적인 통합구매 프로세스를 통해 주요 원자재를 대량구매함으로써 원가를 낮추어 협력사의 원자재 확보 자금에 대한 부담감을 해소하고 수급을 안정화하는 데 도움을 주었습니다. 더불어 원자재 업체 직거래를 통하여 가격에 대한 투명성도 확보할 수 있었습니다. 이러한 활동의 결과로 2012년에는 사출 플라스틱 원재료 유상사급에서만 8억원을 줄이는 등 약 11.6억원의 원가절감효과를 가져올 수 있었습니다.

원부자재 통합구매에 따른 비용절감 현황

구분	절감액	절감률
사출플라스틱원재료 유상사급	8.0억원	3%
프레스원자재 유상사급	-	-
PBA부품 통합구매	3.6억원	2%
총 절감액	11.6억원	2.4%

혁신활동 지원 프로그램 — 코웨이는 협력사와 대·중소기업협력재단과의 협업을 통해 신뢰와 소통, 협력을 기반으로 하는 다양한 방식의 협력사 혁신활동을 추진하였습니다. 코웨이와 대·중소기업협력재단은 협력사 지원방향에 대해 논의한 후 경영지원과 교육컨설팅 등의 프로그램을 각각 실시하였습니다. 그 결과 협력사는 코웨이에게는 제품 경쟁력 향상으로 화답하고 대·중소기업협력재단에게는 성공적인 혁신사례를 제공하는 성과를 창출함으로써 동반성장의 바람직한 모델을 제시할 수 있었습니다. 2012년에 혁신지원 프로그램에 참여한 업체수는 29개사로 전년에 비해 52% 증가하였고, 과제수도 588건으로 전년에 비해 198% 증가하여 총 38.9억원의 경제적 효과를 거두었습니다.

협력사 공동 혁신활동의 개념 및 성과



협력사 상생오션 운영 — 코웨이는 '협력사 상생오션 제도'를 운영하여 협력사와의 소통을 강화하였습니다. 협력사 상생오션 제도는 협력사가 참여하는 제안제도로 현재 14개사가 참여하고 있으며, 2012년에는 총 65개의 제안을 접수하여 원가절감(21건), 생산성향상(11건), 품질개선

(10건) 등의 성과를 창출하였습니다. 2013년에는 협력사 상생오션 제도를 더욱 활성화하여 참여업체 수와 제안 건수를 늘릴 수 있도록 유도하고, 이를 기반으로 협력사와 함께 가치를 창출할 수 있는 과제를 발굴 및 수행함으로써 기술과 원가 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다.

2013년 동반성장 프로그램 운영 계획

코웨이는 협력사와의 동반성장을 위해 '코웨이와 함께 만들어가는 지속가능 동반성장 구축'이라는 비전을 수립하고 중기 로드맵을 작성하여 추진하고 있습니다. 2013년 코웨이의 동반성장 추진목표는 '협력사 내부 체질 개선'입니다. 이를 실현하기 위해 코웨이는 협력사 상생오션 활성화, 우수 제조기업 벤치마킹, 제조현장 종합혁신 확대 실시, ERP 도입 및 활용 극대화 등을 실시하여 협력사의 기술역량과 협력사 임직원의 업무역량을 강화하고자 합니다. 더불어 코웨이는 웅비회를 활성화하고 1차는 물론 2차 협력사에까지 동반성장 프로그램을 확대 실시하여 더 많은 협력사들이 지속가능한 동반성장을 이룰 수 있도록 노력할 것입니다.

5.4

협력사 참여와 공헌활동 확대

코웨이는 협력사의 성장발전을 위해 다양한 방식으로 협력사의 경영활동을 지원하고 있습니다. 그린파트너십 인증제도를 실시하여 그린경영에 적극 참여토록 유도하는 것은 물론 COP 아카데미를 통해 교육, 컨설팅 등 협력사에 대한 실질적인 지원을 확대하고 있으며, 사회공헌활동에도 공동으로 참여하는 등 신뢰와 협력에 기반을 둔 동반활동을 지속적으로 강화하고 있습니다.



그린파트너십(W-GP)

코웨이는 2007년 '그린파트너십(W-GP) 인증제도'를 도입하여 지속적으로 운영하고 있습니다. 그린파트너십 인증제도는 협력사들로 하여금 '그린파트너 자가평가 지표'에 명시된 시스템 공통, 물질관리, 환경유해물질 등의 항목에서 코웨이가 명시한 기준 이상을 충족하면 인증을 부여하는 제도입니다. 2012년에는 55개사가 인증을 받았습니다.

그린파트너십 인증 협력사 수



COP(Coway Open Plaza) 아카데미

코웨이는 경쟁력 있는 우수한 중소 협력사를 육성, 발전시키기 위하여 2007년에 COP 아카데미를 개설하여 운영하고 있습니다. COP는 협력사 임직원에게 집합교육, 현장교육 등의 교육을 실시하고 종합 컨설팅 등의 다양한 지원서비스를 제공하기 위한 프로그램으로, 이를 통해 주요 협력사들의 인적 경쟁력과 조직경쟁력 향상에 기여하고 있습니다. COP 아카데미는 업무교육뿐 아니라 협력사들에게 실질적인 지원 창구의 역할을 수행하고 있다는 점에서 더욱 활성화할 계획입니다.

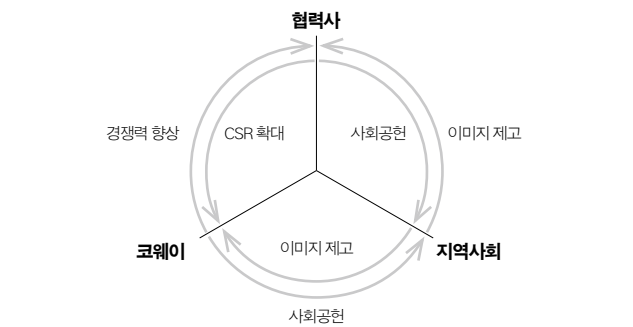
COP 아카데미 교육운영 실적

구분	2010	2011	2012
집합교육	359명	72명	79명
현장교육	-	19개사	29개사

협력사와 공동 사회공헌 프로그램 운영

코웨이는 지역사회 참여와 개발의 일환으로 '1사(社)1촌(村)' 활동을 추진하여 농촌지역 일손 돕기, 농산물 직거래, 마을 가꾸기 등 다양한 교류 활동을 지속해 오고 있습니다. 2012년에는 이러한 1사1촌 활동을 코웨이뿐만 아니라 협력사들의 모임인 웅비회와 공동으로 전개하여 협력사들과 협력관계를 증진하는 계기로 삼았습니다. 총 4회에 걸쳐 농촌 일손 돕기와 마을 정화활동을 실시했으며, 활동기간에 경작한 농산물을 직거래를 실시해 지역경제에도 도움을 주었습니다. 웅비회와 함께 1사1촌 활동을 확대 추진한 결과 협력사는 사회공헌 의식 제고를 통해 지속가능경영 경쟁력을 강화할 수 있었고, 코웨이는 기업이미지를 제고할 수 있었습니다.

협력사 공동 사회공헌 프로그램의 개념





경제 데이터 67p
 인사 데이터 68p
 환경 데이터 69p
 협회 및 단체 가입 현황/주요 수상 및 인증 72p
 검증의견서 74p
 GRI G3.1/ISO26000 인덱스 76p
 UNGC/MDGs 79p
 글로벌 네트워크 80p

경제 데이터

요약재무상태표 (단위: 원)

구분	2010	2011	2012
유동자산	441,169,455,659	511,499,151,364	691,276,655,813
비유동자산	917,084,808,782	1,064,959,877,824	1,010,230,889,971
자산총계	1,358,254,264,441	1,576,459,029,188	1,701,507,545,784
유동부채	384,530,070,012	534,279,560,755	719,579,302,501
비유동부채	246,566,890,154	293,777,106,176	179,198,809,923
부채총계	631,096,960,166	828,056,666,931	898,778,112,424
납입자본	40,662,398,000	40,662,398,000	40,662,398,000
주식발행초과금	97,773,449,148	97,773,449,148	97,773,449,148
이익잉여금	582,918,759,202	677,684,182,975	716,802,060,649
기타자본항목	5,802,697,925	(67,717,667,866)	(52,508,474,437)
자본총계	727,157,304,275	748,402,362,257	802,729,433,360
부채 및 자본총계	1,358,254,264,441	1,576,459,029,188	1,701,507,545,784

요약손익계산서 (단위: 원)

구분	2010	2011	2012
매출액	1,501,812,040,147	1,709,867,512,884	1,806,832,625,803
매출원가	490,590,059,135	552,005,591,884	605,383,221,006
매출총이익	1,011,221,981,012	1,157,861,921,000	1,201,449,404,797
판매비외관리비	756,869,440,736	914,518,436,668	973,637,124,791
영업이익	254,352,540,276	243,343,484,332	227,812,280,006
기타이익	9,134,637,488	19,932,576,678	23,432,631,552
기타손실	8,496,236,937	14,403,411,764	28,466,241,146
금융수익	6,377,208,027	2,243,894,076	3,551,546,717
금융비용	18,111,175,278	25,764,876,270	61,677,411,697
관계기업투자손익	-	-	(3,187,533,127)
법인세비용	243,256,973,576	225,351,667,052	161,465,272,305
차감전순이익			
법인세비용	59,984,105,088	48,246,024,186	41,716,698,658
당기순이익	183,272,868,488	177,105,642,866	119,748,573,647

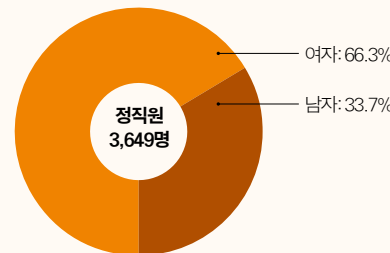
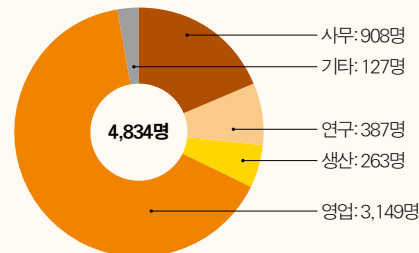
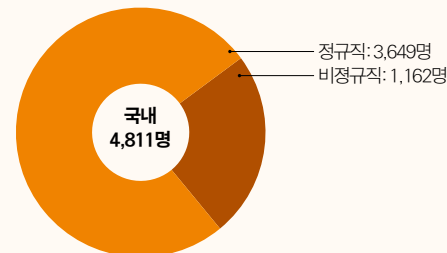
국고보조금 지원 내역 (단위: 원)

2012	내용	금액	비고
3월	물재생 플랜트(대경권 블루골드) 국책과제	80,600,000	3차
	지능형 정수 플랜트 국고보조금	12,000,000	2차
5월	지능형 정수 플랜트 민간부담금	36,750,000	코웨이
	지능형 정수 플랜트 민간부담금	15,750,000	극동건설
	고품질MBR 2차 민간부담금	53,100,000	코웨이
6월	지능형 정수 플랜트 민간부담금	350,000,000	GS건설
	[친환경제습청정기] 태진금속 연구비 대체	40,000,000	
8월	대중소 상생 에너지동행 사업관련 사업비	9,090,910	선금
9월	자연모사 국책-국고보조금 대체(윤성진)	42,000,000	
	고품질MBR 국책-국고보조금	354,000,000	
	물재생플랜트-국고보조금	182,650,000	
	제주도화장품 국고보조금	75,000,000	
11월	대중소 상생 에너지동행 사업관련 사업비	9,090,910	2차
	제주알로에영농 국고보조금	180,000,000	3차
	녹색제품 개발 기반구축 과제사업비	12,000,000	
12월	녹색제품 개발 기반구축 과제사업비	240,000,000	
총합		1,692,031,820	

인사 데이터

구분	구분2	단위	2010	2011	2012 비교
총 임직원수	국내	명	4,188	4,537	4,834
	해외(해외파견)	명	47	49	44
	해외(현재인)	명	-	883	928
	임원수	명	27	28	23
업무 영역별	생산직	명	274	264	263
	영업직	명	2,717	2,911	3,149
	연구직	명	295	363	387
	사무직	명	779	860	908
	기타	명	123	139	127
	고용 형태별	정규직	명	3,084	3,436
	비정규직	명	1,104	1,101	1,162
	비정규직 비율	%	26.4	24.3	24.2
다양성	장애인	명	45	38	39
	장애인 평균 근속년수	년	4.3	4.6	4.9
	남자(비율)	%	30	31.4	33.7 2012년 정직원 기준
	여자(비율)	%	70	68.6	66.3
평균 근속년수	임직원	년	7.6	6.6	6.1
퇴직률	퇴사직원수	명	493	497	492
	퇴직율	%	11.77	10.95	10.18
육아휴직	신청자	명	7	14	15
	복귀율	%	57	93	93 육아휴직자의 2013년 2월 현재 재직인원 기준의 복귀율
임직원 교육	총 교육비	억원	18	24.8	11.5
	1인당 교육시간	시간	93	149	86
	1인당 교육비	천원	1,676	2,028	1,033
급여 및 복리후생	급여	억원	1,685	1,984	2,282
	퇴직급여	억원	136	151	168
	복리후생	억원	313	366	422
생산성	인당 매출액	백만원	373	388	385
	인당영업이익액	백만원	56	55	52
	인당부가가치생산성	백만원	132	129	143
	노동소득분배율	%	40.8	43.8	43.9

* 코웨이는 2010년 5월부터 퇴직연금 제도를 도입하였습니다. 'DB(확정급여형) 제도'를 선정하고만 1년 이상 근무한 전 구성원에게 동일하게 적용하고 있습니다.
 * 코웨이는 임직원 급여 지급시 성별에 따른 차등을 두지 않고 동일한 기준으로 지급하고 있으며, 기타 인사 정책, 복리후생에 대해서도 성별에 따른 차별이 없습니다. 코웨이 신입사원 급여는 법정 최저임금의 290%를 상회하는 수준으로 유지하고 있습니다.



환경 데이터

구분	구분2	단위	2010	2011	2012 비교	
환경투자 및 운영비용		백만원	2,279	2,081	2,518	
에너지 사용량(직, 간접)	전체	GJ	101,196	103,927	112,132 본사, R&D센터, 화장품연구소, 생산공장	
	직접	부탄	GJ	0	17	22 (유구, 인천, 포천) 포함
		LPG	GJ	42	44	43
		경유	GJ	1,862	1,812	1,554
		LNG	GJ	4,551	2,307	2,267
		등유	GJ	1,002	383	339
		프로판	GJ	1,282	1,165	1,115
	직접총합			8,739	5,728	5,340
	간접	전력		92,452	98,199	106,792
	간접총합			92,452	98,199	106,792
원부자재 발생량	플라스틱	ton	10,139	10,794	8,922	
	메탈	ton	6,162	6,229	4,867	
	포장재	ton	2,015	2,325	2,000	
용수 사용량	전사	m³	87,133	72,356	91,555	
	유구	m³	41,349	28,938	31,407	
	인천	m³	11,931	17,570	20,695	
	포천	m³	459	1,117	519	
	R&D센터	m³	33,394	24,731	36,982	
	물류센터		-	-	1,952	
온실가스 배출 현황	직접배출(Scope 1)	tCO ₂ e	575	368	342 2012년은 물류센터(2011년 7월 가동)가	
	직접배출(Scope 2)	tCO ₂ e	4,789	5,087	5,532 1월부터 가동되고, 수처리사업부분이	
	순배출량(Scope 1+2)	tCO₂e	5,365	5,455	5,874 추가되면서 순배출량이 증가	
	순배출량 원단위	tCO₂e/억원	0.35	0.32	0.33	
	전사	tCO ₂ e	5,365	5,456	5,723	
	유구	tCO ₂ e	1,731	1,646	1,731	
	인천	tCO ₂ e	846	808	711	
	포천	tCO ₂ e	495	493	498	
	R&D센터	tCO ₂ e	1,824	1,688	1,709	
	화장품연구소	tCO ₂ e	89	155	151	
서울사무소	tCO ₂ e	379	436	354		
물류센터	tCO ₂ e	-	230	569		
주요 탄소파트너십	tCO ₂ e	44,109	43,667	44,430		
협력사(31개사)	tCO ₂ e/억원	30.09	30.83	25.99		
폐기물 발생량	제품	ton	10,250	11,770	12,229 2012년 코웨이 폐기물 관리기준 변경에 따라	
	사업장: 일반	ton	631	743	866 제품폐기물과 서비스폐기물 발생량 수치가	
	사업장: 지정	ton	30	29	30 2011년 보고서와 상이	
	서비스	ton	4,137	5,162	5,642 - 제품폐기물(페카분량 추가) - 서비스폐기물(페카분량 제외, 필터 내물 함유량 제외)	
	재활용량	페플라스틱	ton	5,040	6,094	6,081
	온실가스저감량	tCO ₂ e	5,938	7,180	7,165	
	금속	ton	4,242	5,143	5,364	
	온실가스저감량	tCO ₂ e	29	36	37	
산업재해율	전사	%	0.096	0.11	0.11	

* 대기오염물질 배출 현황: 코웨이는 사업특성상 조립 위주로 생산하고 있어 대기환경보전법에 적용 받는 오염발생물질 항목이 없습니다.
 * 수질오염물질 배출량: 오수는 하수종말처리장에 연결하여 처리하고, 폐수는 배출량이 없습니다. (법적 기준에 따라 관리하고 있습니다.)
 * 오존층 파괴물질: 코웨이는 폐제품 냉매(R-134a, R-12)에 의해 온실가스가 발생하나, 리사이클 과정에서 이를 회수하여 온실가스 저감을 위해 노력하고 있습니다.

환경 데이터

2012 친환경제품 매출액 (단위: 백만원)

제품	제품명	녹색제품 해당 항목	매출	제품	제품명	녹색제품 해당 항목	매출
정수기	CHP-270L	RoHS 3자인증, 에너지소비효율 1등급	11,196	정수기	CHP-241N	탄소배출량 인증, 부피저감, 그린제품 공급망 등록 제품	21,631
	CHP-06ER	에너지소비효율 1등급	6,768		CHP-010E	환경부하감소	346
	CHP-06EL	에너지소비효율 1등급	48,092		CHPI-280L	환경부하감소	6,791
	CHP-06EU[EOL]	에너지소비효율 1등급	29,073	CHPI-280L(V2)	환경부하감소	120	
	CHP-06ER-M	에너지소비효율 1등급	2,265	청정기	AP-1008CH	탄소배출량 인증	26,436
	CHP-06EL-M	에너지소비효율 1등급	15,023	비데	BAS14-A(가정용)	탄소배출량 인증	94,348
	CHP-06EN	에너지소비효율 1등급	14,317		BAS14-B(업소용, 그린플러그)	그린플러그	98
	APD-1212BH10	RoHS 3자인증, 에너지소비효율 1등급	3,195		BAS16-A(가정/업소겸용, 그린플러그)	그린플러그	112
	CHP-210L(RED)	저탄소인증	8,753	음식물처리기	WM03-A	환경마크	236
	CHP-08AL(SILVER)	탄소배출량 인증	66,719		WM03-B(RED WINE)[EOL]	환경마크	38
CHP-08AL(GOLD)	탄소배출량 인증	5,504	WM05-A(블랙)		환경마크	2	
CHP-06DL	저탄소 인증, RoHS 3자인증	30,004	WM05-B		환경마크	4,220	
CHP-06DU[EOL]	탄소배출량 인증	163	WM07		환경마크	5,049	
CP-07BLO(BLACK)[EOL]	탄소배출량 인증	19,590					
총 매출액			420,089				

냉매회수/판매에 의한 온실가스 저감 및 냉매 회수율

	단위	R-134a			R-12		
		2010	2011	2012	2010	2011	2012
제품 제조시 냉매 사용량	kg	24,517	23,971	21,398	368	534	603
제품 폐기시 냉매 사용량	kg	4,759	7,891	11,552	10,387	9,737	7,568
폐제품 냉매에 의한 온실가스 발생량	tCO ₂ e	4,948	8,207	12,014	90,566	84,907	65,993
냉매 회수율	%	22.9	21.3	26.1	24.9	33.2	22.8
최수판매에 의한 온실가스 저감량	tCO ₂ e	1,134	1,747	3,130	22,585	28,166	15,042

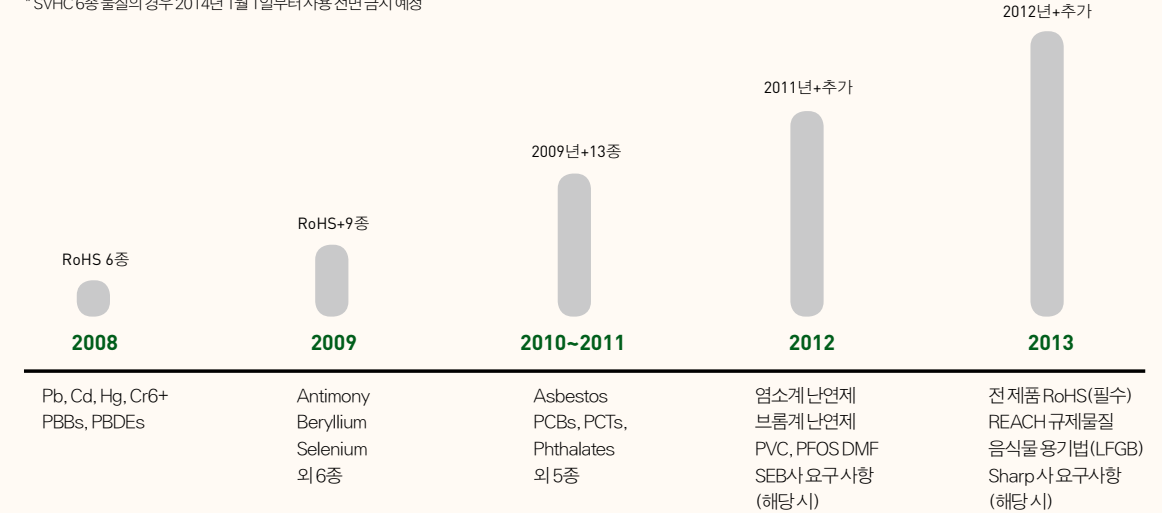
온실가스 및 에너지 저감 경제성 효과 산출

- ① R-134a 제품 폐기시 온실가스 발생 42g X GWP 1,300 = 54,600gCO₂e = 54kgCO₂e
- ② R-600 제품 폐기시 온실가스 발생 18g X GWP 0 = 0gCO₂e = 0kgCO₂e
- ③ 2012년 생산수량(10월부터 생산) 2,535대 R-134a 냉매 적용시 온실가스 배출 = 2,535대 X 54kgCO₂e = 136,890kgCO₂e = 137tCO₂e
- ④ 톤당 20,000원 시 2,740,000원 효과
- ⑤ 연간 온실가스 배출 222.23kgCO₂e / 월간 소비 전력 37.3kwh
- ⑥ 연간 온실가스 배출 93.95kgCO₂e / 월간 소비 전력 16.1kwh
- ⑦ 1대당 128.28kgCO₂e/년 저감 X 판매대수 = 20,720tCO₂e
- ⑧ 톤당 20,000원 X 20,720tCO₂e
- ⑨ 21.2kwh/월 X 12개월 X 판매대수
- ⑩ 1kwh당 160원(에너지 소비효율 등급 표시 기준) X 판매대수
- ⑪ - 정수기/청정기/비데(연수기, 음식물처리기 제외) 1,789tCO₂e의 온실가스 저감
 - 산출기준: kgCO₂e/제품 1대: 정수기 100, 청정기 40, 비데 30
 - 환경부탄소성적표지 에너지사용 제품 작성 지침 중, 사용단계를 제외한 제품 1대당 배출량(연수기는 기준이 없어 산정에서 제외)
- ⑫ 톤당 20,000원 X 1,789tCO₂e
- ⑬ R-134a 재활용량 3,010kg X 0.8 X GWP 1,300 = 3,130tCO₂e R-12 재활용량 1,725kg X 0.8 X GWP 10,900 = 15,042tCO₂e
- ⑭ 톤당 20,000원 X 18,175tCO₂e
- ⑮ 온실가스 저감량: 환경부 기준, 매립/소각/재활용 지수 적용하여 산출
- ⑯ 톤당 20,000원 X 6,697tCO₂e

환경 데이터

유해물질 관리 항목

* SVHC 6종 물질의 경우 2014년 1월 1일부터 사용 전면 금지 예정



2012 환경경영 및 온실가스 감축 활동 (단위: tCO₂e, 원)

코웨이 내부감축활동	감축량	내외부 제공 이익
친환경 냉매 적용	137	2,740,000
플라스틱 폐기물 재활용	6,697	133,940,000
무냉매 순간냉각 신기술 적용 정수기 개발	20,720	414,400,000
진공단열소재 기술 적용을 통한 에너지 효율 개선	94.44	1,888,800
정수기, 청정기, 비데 리퍼브	1,789	35,780,000
LED 조명 교체	3.75	75,000

환경투자비

(단위: 백만원)

구분	2010	2011	2012
시설 운영	578.33	1,052.00	1,810.20
시스템 운영	419.00	133.50	48.70
커뮤니케이션	1,281.70	795.60	659.40
신사업 진출	-	100.00	-
총합	2,279.03	2,081.10	2,518.30

* 생산본부, 환경품질연구소, 서울사무소 기준
 * 시설 운영: 노후설비 및 고효율 설비 교체, 신규 투자
 * 커뮤니케이션: 법규 대응, 외부 이해관계자 대응, 캠페인, 행사지원 등
 * 신사업 진출: 컨설팅, M&A, 녹색신사업 등
 * 시스템 운영: IT 구축 및 운영, 내부심사, 벤치마킹, 인증, 교육, 검증 등

협회 및 단체 가입 현황/주요 수상 및 인증

협회

협회명	주관	협회명	주관
UNGC(유엔 글로벌compact)	UNGC	한국사회책임투자포럼	KOSIF
(사)한국직접판매협회	공정거래위원회	친환경상품 CEO 포럼	한국환경산업기술원
KSA(한국표준협회)	한국표준협회	한국무역협회	지식경제부
한국공정경쟁연협회	한국공정경쟁연협회	KOTRA	지식경제부
(사단법인)기업소비자전문가협회	공정거래위원회	한국 전기제품 안전협회	지식경제부 기술표준원
(사단법인)한국소비자정책교육학회	공정거래위원회	한국산업디자인진흥원	지식경제부
(사단법인)한국소비자문화학회	공정거래위원회	KAID	한국산업디자인협회
(사단법인)한국소비자업무협회	공정거래위원회	한국전기제품 안전협회	지식경제부 기술표준원
ISTA(International Safe Transit Association)	ISTA		

인증

인증명	인증부문	인증기간	주관사
ISO 품질경영시스템(ISO9001:2008)	중국법인 심양공장	2013.06.29 ~ 2015.06.28	中联认证中心 (중국 ISO9001 인증기관)
신기술인증(NET)	백금소재 열판 방식을 이용한 직수식 순간온수기술(제품: CHP-010E)	2012.07.10 ~ 2014.07.09	지식경제부
저탄소인증	정수기(CHP-210L)	2012.07.27 ~ 2015.07.26	한국환경산업기술원
RoHS 3자 인증	정수기(CHP-270L) APD-1212BH	2012.10.04 ~ 2017.10.03 2012.08.20 ~ 2017.08.19	TUV SUD SGS
	정수기(CHP-240,241N)	2012.04.03 ~ 2017.04.02	INTERTEK
한국서비스품질 우수기업	가전제품 수리	2011.09.23 ~ 2014.09.22	지식경제부
신기술인증(NET)	초소형 정수기용 관외 이중탱크를 이용한 직수식 냉수 생성기술	2010.12.28 ~ 2012.12.27	지식경제부
	화학/생명분야: Bis-retinamido계 화합물을 함유한 피부 주름 개선제 개발	2011.12.21 ~ 2013.12.20	지식경제부
	수질 정보 기반 최적 블렌딩 자동화 기술을 이용한 MF-NF 막여과 고도정수기술	2011.11.08 ~ 2013.11.07	환경부
ISO 품질경영시스템(ISO 9001:2008)	유구공장, 서울사무소, 인천공장, 포천공장	2011.06.24 ~ 2014.06.23	TUV SUD
ISO 환경경영시스템(ISO 14001:2004)	유구공장, 서울사무소, R&D센터, 인천공장, 포천공장	2011.06.24 ~ 2014.06.23	TUV SUD
NEP	전기분해를 이용한 도기 및 노즐 살균 비데(비데 BA14)	2011.04.29 ~ 2014.04.28	지식경제부
원산지 인증 수출자	코웨이(주) 원산지 인증 수출자 인증 취득	2011.06.10 ~ 2014.06.09	
TR/마크 인증서	살균정수기 먹는물 시험	2011.11.09 ~ 2012.11.08	한국화학융합 시험연구원(KTR)
KOSHA18001	인천공장, 유구공장	2010.05.25 ~ 2013.05.24	한국산업안전보건공단
OHSAS18001	유구공장	2011.07.14 ~ 2014.07.13	TUV SUD
탄소배출량 인증	비데(모델명: BAS14-A)	2011.02.23 ~ 2014.02.22	한국환경산업기술원
저탄소상품 인증	정수기(모델명: CHP-06DL)	2011.11.25 ~ 2014.11.24	한국환경산업기술원
환경표지인증	EL767. 음식물처리기(모델명: WM05-A/B)	2011.10.30 ~ 2013.10.29	한국환경산업기술원
환경표지인증	EL767. 음식물처리기(모델명: WM07)	2011.09.28 ~ 2013.09.27	한국환경산업기술원
환경표지인증	EL767. 음식물처리기(모델명: WM03-A/B)	2011.09.08 ~ 2013.09.07	한국환경산업기술원

대외수상

수상명	수상부문	주최 또는 주관사
2012년 사회적 책임을 다하는 기업	사회적책임경영 우수기업(사기업 부문)	디지털조선일보, 지식경제부, 환경부, 고용노동부
2012년 품질경쟁력우수기업	품질경쟁력우수기업(2년 연속)	지식경제부
2012년 대한민국 녹색경영대상 대통령 표창	녹색경영대상 종합 대상	지식경제부, 환경부
2012년 자원순환선도기업 대상	환경부장관상	환경부
2012 동아시아 30	Korea CSR Expert Committee Awards	한겨레신문사
2012 CDP(탄소정보공개프로젝트) KOREA	글로벌탄소경영리더스클럽(2년 연속)	CDP 한국위원회
2012 신기술실용화 유공자 표창	지식경제부 장관상(이기춘 환경기술연구소장)	지식경제부
2011 Vision Awards 금상	지속가능경영보고서 부문	미국 커뮤니케이션연맹(LACP)
2012 기업 지속가능성 평가	지속가능경영 우수기업(AAA)	에코프린터, 모건스탠리캐피탈인터내셔널
제16회 에너지 워너상	에너지절약상(한뽕 정수기 CHP-241N), 녹색기기 부문(비데 BA13-B)	소비자시민모임
2012 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)	내구재 정수기, 청정기, 비데, 음식물처리기 부문 각 1위	한국능률협회
제51주차 IR52 장영실상	정수기(CHP-241N)	한국산업기술진흥협회
2012 독일 국제 아이디어. 발명. 신제품 전시회	금상(주름개선성분 레티노이드 유도체(RS-2A) 및 화장료 조성물)	2012 독일 국제 아이디어. 발명. 신제품 전시회
펜타워즈(Pentawards) 2012	럭셔리 화장품 부문 브론즈 어워드	
국가브랜드 경쟁력지수(NBCI)	정수기, 비데	한국생산성본부
대한민국 일하기 좋은 100대 기업	일반서비스 부문 대상	GWP Korea

국제 디자인 어워드 수상

2012 iF Design Award

- ① 정수기 CHP-270, CHP-570
- ② 청정기 APM-1211GH, AP-0111LC

2012 iF Design Award (Communication)

- ③ 화장품 울빛
- ④ 화장품 비단

2012 Reddot Design Award

- ① 정수기 CHP-240N, CHP-010E
- ② 기타 WHITE TREE
- ③ 청정기 APM-1211GH, AM-1012AD
- ④ 음식물처리기 WM07

2012 Reddot Design Award (Communication)

- ⑤ 정수기 SMART

2012 IDEA Design Award

- ① 정수기 CHP-290N, Swan, CHP-240N, CHP-280, Teeny-Weeny(Silver), SMART
- ② 청정기 APM-1211GH, AP-0111LC
- ③ 비데 Mechanic
- ④ 기타 Service Brief(Silver), C-hanger, Welcome Package

2012 Good Design

- ① 정수기 CHP-240N
- ② 청정기 APM-1211GH, AM-2012AD



검증의견서

코웨이 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하 '검증인')는 코웨이로부터 '2012 코웨이 지속가능경영보고서(이하 '보고서')'에 대한 제3자 검증 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제출합니다.

책임과 독립성

본 보고서에 기술된 정보와 의견에 대한 책임은 전적으로 코웨이에 있습니다. 본 검증인은 보고서에 대한 검증의견에 대해 책임지며, 독립된 검증기관으로서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 기준

본 검증은 AA1000AS(2008) 검증표준을 기준으로 Type 1 검증유형과 Moderate 검증수준에 맞추어 수행하였으며, AA1000APS(2008) 검증원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 점검하였습니다. 또한 보고 내용의 GRI G3.1 Guideline 기준 준수여부를 확인하였습니다.

제한 사항

본 검증은 상기의 검증기준에 따라 2012년도 성과에 대하여 검증을 실시하였으며, 일부 항목의 경우 2010년과 2011년 데이터와 2013년 활동 및 계획을 확인하였습니다. 또한 재무 성과, 온실가스 등 환경데이터, 경영평가보고서, 홈페이지 연동 정보 등 일부 데이터의 신뢰성에 대한 확인은 검증에 포함하지 않습니다. 현장검증은 서울 본사 및 유구공장에 대해 실시하였으며, 해외 사업장은 포함하지 않았습니다. 따라서 향후 추가적인 현장검증절차가 수행될 경우 그 결과가 달라질 수 있음을 밝힙니다.

검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다.

1. GRI G3.1 Guideline의 경제·환경·사회 지표(Indicator)에 대한 보고율과 기술방식을 점검함으로써 GRI Application Level A 요구사항에 대한 충족 여부를 확인하였습니다.
2. GRI G3.1 Guideline을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다.
3. 미디어 리서치 및 벤치마킹 분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.
4. 서울 본사 및 유구공장에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고, 인터뷰 등을 통해 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

검증 결과

검증인은 본 보고서가 코웨이의 지속가능경영활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 코웨이에서 자체적으로 선언한 GRI Application Level A 수준에 대한 요건을 충족하는 것으로 확인하였습니다.

1 포괄성(Inclusivity): 이해관계자의 참여

포괄성이란 조직이 지속가능성에 대해 책임있고 전략적인 대응 방식을 개발하고 달성하는 과정에서 이해관계자를 참여시켜야 한다는 원칙입니다. 본 검증을 통해 코웨이는 포괄성 원칙을 준수하기 위해 주요 이해관계자를 정의하고, 이해관계자별 소통 채널을 공개하고 있음을 확인하였습니다. 이해관계자를 고객, 임직원, 정부/지자체, 주주/투자자, 협력사, 지역사회로 분류하고 있으며, 이해관계자별 주요 관심 사항을 인식, 관리하고 있음을 보고서에 기술하고 있습니다. 특히, 고객 의견의 비즈니스 적용 프로세스를 운영함으로써 코웨이의 중대한 이슈인 고객감동경영을 실현해 나가고 있는 것은 이해관계자 참여의 우수한 사례로 판단됩니다. 향후에는 이해관계자 소통 채널을 통해 수렴된 이슈들을 보다 포괄적으로 관리하고, 기업 운영의 다양한 부분에 반영함으로써 이해관계자 참여활동을 강화할 것을 권고 드립니다.

2 중요성(Materiality): 주요 이슈의 선정 및 보고

중요성 원칙이란 조직과 조직을 둘러싼 주요 이해관계자에게 관련성이 있고 중요한 이슈를 결정해야 한다는 원칙입니다. 코웨이는 지속가능경영 진단/평가, 미디어 및 웹 분석, 국제 표준 및 관련 법규 분석, SRI투자 가이드 및 평가지표 분석, 선진/경쟁기업 지속가능경영 분석, 이해관계자 인터뷰/설문조사 등의 다양한 방법을 통해 지속가능경영 관련 중요 이슈를 파악하고 있음을 확인하였습니다. 식별된 이슈는 글로벌 레벨 진단 평가와 이해관계자 설문 조사, 나머지 평가 프로세스에 대해 가중치를 차등 부여하여 중대영역 및 핵심 이슈를 도출, 우선 순위화하였습니다. 경제 분야의 핵심 이슈는 '제품안전성', '고객만족 및 고객관계관리' 등이며, 환경 분야는 '제품 내 유해물질 관리', '친환경제품 및 설비', 사회분야는 '투명·윤리경영', '지역사회공헌' 등이 주요 이슈로 선정되었으며, 이러한 이슈는 보고서에 대체로 균형적으로 반영되었음을 확인하였습니다.

3 대응성(Responsiveness): 이슈에 대한 조직의 대응


대응성 원칙이란, 조직이 성과에 영향을 미칠 수 있는 이해관계자의 이슈에 대응해야 한다는 원칙입니다. 코웨이는 중대성 평가를 통해 도출된 이해관계자들의 기대와 요구수준에 따라 핵심관리영역과 상시관리영역, 기본관리영역의 세부 관리이슈를 규명하고, 그에 따른 지속가능경영 방향을 제시하고 있습니다. 이는 지속가능경영 방향에 이해관계자의 이슈를 반영했다는 점에서 높이 평가될 수 있으며, 균형 잡힌 지속가능경영 실현에 대한 코웨이의 의지를 보여줍니다. 하지만 산업운영과 연계된 중장기적 지속가능경영 전략 및 추진체계와 구체적인 계획은 확인할 수 없었습니다. 실질적이고 일관성 있는 지속가능경영의 추진과 그에 따른 성과 관리를 위해서는 사업운영과 연계된 구체적인 전략과 목표를 수립할 것을 권고 드립니다. 이를 통해 향후에는 사업전반에서 지속가능경영을 실현하고, 지속가능경영 이슈별 전략방향과 활동성과, 중장기적 계획을 지속가능경영보고서에 보고할 것을 기대합니다.

권고 사항


본 검증인은 코웨이의 지속가능성 제고를 위한 다양한 노력과 성과를 높이 평가하며, 향후 보고서 발간 및 지속가능경영 수준 향상을 위해 다음의 내용을 제언하는 바입니다.

1. 2013 지속가능경영 프레임을 지속적으로 관리해 나갈 수 있는 전사차원의 전략체계를 구축하고 DMA, KPI 등 보고서 구성시 전략에 따라 보고함으로써 이해관계자의 이해를 제고할 것을 권고 드립니다.
2. 이해관계자의 특성과 위기/기회 요인을 분석하여 전략적인 이해관계자 참여 프로세스를 구축하고, 이해관계자가 중요하게 판단하는 이슈 및 판단 배경에 대해 구체적으로 보고할 것을 권고 드립니다.
3. 중요 이슈에 대한 선정 및 보고서 기입과 중요 이슈간 미치는 영향과 이슈의 변화 배경에 대해 분석한 결과를 함께 제시할 것을 권고 드립니다. 특히 중대성이 가장 높은 고객감동경영의 제품안전성 이슈와 다른 이슈에 비해 중대성이 크게 증가한 지역사회 이슈에 대해 다음 보고에서 보다 상세한 영향분석 내용과 성과, 계획에 대한 추가적인 정보를 확인할 수 있길 기대합니다.

한국생산성본부 지속가능경영센터는 이해관계자 참여 및 검증 글로벌 국제 표준 AA1000 제정 기관인 Accountability사로부터 공식 인증을 받은 검증기관으로서 단독 검증을 수행할 수 있는 자격을 지니고 있습니다. 또한, 검증위원단의 경우, 지속가능경영 자문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.




한국생산성본부
KOREA PRODUCTIVITY CENTER

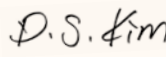


AA1000
Licensed Assurance Provider
000-81


2013년 03월
한국생산성본부 회장 **진홍**




센터장 **김동수**



팀장 **이양호**



연구원 **김태민**



GRI G3.1/ISO26000 인덱스

● : 보고서에 공개됨 ●● : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개 안됨 N/A : 해당 사항 없음

지표	지표내용	ISO26000 관련이슈	페이지	보고수준	비고
1. 전략과 분석					
1.1	CEO 메시지	6.2 조직 지배구조	4-7	●	
1.2	기회와 도전		4-7, 13	●	
2. 기업 프로파일					
2.1	기업명	-	8	●	
2.2	주요 제품과 브랜드	-	8	●	
2.3	운영 구조	6.2 조직 지배구조	8	●	
2.4	본사 위치	-	8	●	
2.5	주요사업장이 위치한 국가	-	80	●	
2.6	소유 구조와 법적 형태	-	10	●	
2.7	영업 시장	-	8	●	
2.8	기업 규모	-	8	●	
2.9	보고 기간 중 기업규모, 조직 구조, 소유 구조에 일어난 중대한 변화	-	9	●	
2.10	수상 내역	-	73	●	
3. 보고 특성					
3.1	보고 기간	-	보고서 개요	●	
3.2	최근 보고 일자	-	보고서 개요	●	
3.3	보고 주기	-	보고서 개요	●	
3.4	보고서와 관련 내용에 대한 문의처	-	81	●	
3.5	보고 내용 결정 프로세스	-	14	●	
3.6	보고 경계	-	보고서 개요	●	
3.7	보고 범위와 경계의 제한	-	보고서 개요	●	
3.8	정보의 비공개 가능성에 중대한 영향을 미칠 수 있는 보고 경계	-	보고서 개요	●	
3.9	데이터 측정 기술과 계산의 근거	-	보고서 개요	●	
3.10	이전 보고서에 제공한 정보의 재조정	-	38	●	
3.11	보고 범위, 경계, 혹은 측정 방법 등의 중대한 변화	-	38	●	
3.12	GRI Content Index	-	76-78	●	
3.13	제3자의 검증에 대한 정책과 최근 관행	7.5.3 검증	74-75	●	
4. 지배구조					
4.1	기업 지배구조	6.2 조직 지배구조	10-11	●	
4.2	이사회 의장과 CEO 겸임 여부		10	●	
4.3	이사회 구성		10	●	
4.4	주주와 종업원이 이사회에 의견을 제시할 수 있는 메커니즘		11	●	
4.5	기업 성과와 이사, 경영진에 대한 보상 간 연계		76	●	이사회 운영과 활동내역에 대해 정기적 평가 실시, 보수는 공정하고 적절한 보상이 이루어지도록 정기 주주총회에서 승인한 한도 내에서 지급
4.6	이해관계자 갈등을 피하기 위한 이사회 수준의 프로세스		10	●	
4.7	경제, 환경, 사회 부문 전략을 이끄는 이사의 전문성 결정 프로세스		10	●	
4.8	경영 원칙		9	●	
4.9	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 관장하는 절차		76	●	임직원 경제, 사회, 환경 관련 안건을 그룹웨어 내 '이사회 안건' 채널을 통해 제출 가능. 이후 이사회 논의 진행
4.10	이사회 의 성과 특히 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 프로세스		10	●	
4.11	사전 예방을 위한 접근법 혹은 원칙을 달성하는 방법		13	●	
4.12	기업이 준수하고 있는 외부의 경제, 환경, 사회 헌장, 원칙, 이니셔티브		79	●	
4.13	산업, 국가, 국제기구 가입 현황		79	●	
4.14	참여 이해관계자 그룹 목록		16	●	
4.15	참여 이해관계자를 식별, 선택하는 근거		16	●	
4.16	이해관계자 참여를 위한 접근법		16	●	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 주요 주제와 관심사, 그에 대한 대응		14	●	
경제적 성과지표					
EC1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	6.2 조직 지배구조	11, 20	●	
		6.8 지역사회 참여와 사회 개발			
EC2	기후 변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	6.8 지역사회 참여와 사회 개발	37	●	
		6.8.3 지역사회 참여 / 6.8.7 부와 소득 창출			
		6.8.9 사회적 투자			
EC3	연급 지원 범위	6.5.5 기후변화 완화와 적응	68	●	
EC4	정부보조금 수혜 실적	-	67	●	
EC5	주요 사업장의 현지 법정 최저임금 대비 신임 사원 임금 비율	6.4.4 근로조건과 사회적 보호	68	●	
		6.8 지역사회 참여와 사회 개발			
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진	56	●	
		6.8 지역사회 참여와 사회 개발			
		6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발			
		6.8.7 부와 소득 창출			
EC7	주요 사업장의 현지 인우선 채용 절차 및 현지 출신 고위 관리자 비율	6.8 지역사회 참여와 사회 개발	68	●	
		6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발			
		6.8.7 부와 소득 창출			
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동과 효과(지원 형태 구분 포함)	6.3.9 경제적, 사회적, 문화적 권리	55-59	●	
		6.8 지역사회 참여와 사회 개발			
		6.8.3 지역사회 참여 / 6.8.4 교육과 문화			
		6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발			
		6.8.6 기술 개발과 접근성 / 6.8.7 부와 소득 창출			
		6.8.9 사회적 투자			
EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명(영향의 범위 포함)	6.3.9 경제적, 사회적, 문화적 권리	20-21	●	
		6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진			
		6.6.7 재산권 존중 / 6.7.8 필수 서비스에 대한 접근			
		6.8 지역사회 참여와 사회 개발			
		6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발			
		6.8.6 기술 개발과 접근성			
		6.8.7 부와 소득 창출 / 6.8.9 사회적 투자			

● : 보고서에 공개됨 ●● : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개 안됨 N/A : 해당 사항 없음

지표	지표내용	ISO26000 관련이슈	페이지	보고수준	비고
환경적 성과지표					
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	6.5 환경	69	●	
EN2	재생 원료 사용 비율	6.5.4 지속가능한 자원 이용	-	N/A	
EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량		69	●	
EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량		69	●	
EN5	절약 및 효율성 개선을 통한 절감한 에너지량		39	●	
EN6	에너지 효율적이거나 에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량		41-43	●	
EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과		39	●	
EN8	공급원별 총취수량		39	●	
EN9	취수로 부터 큰 영향을 받는 용수 공급원		39	●	
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율		-	N/A	
EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변 지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지의 위치 및 크기	6.5 환경	54	●	
EN12	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 생물다양성에 미치는 영향	6.5.6 자연 보호, 생물다양성 및 자연 서식지 보호	39	●	
EN13	보호 또는 복원된 서식지		57	●	
EN14	생물다양성 관리 전략, 이행 조치 및 향후 계획		57	●	
EN15	사업 영향 지역 내에 사식하고 있는 국제 자연 보존 연맹(IUCN) 지적 멸종 위기(Red List)와 국가 지정 멸종 위기종의 수 및 멸종 위험도		-	○	
EN16	직, 간접 온실가스 총배출량	6.5 환경	39, 69	●	
EN17	기타 간접 온실가스	6.5.5 기후변화 완화와 적응	39, 69	●	
EN18	온실가스 감축 사업 및 성과		38-39, 42-43	●	
EN19	오존층 파괴 물질 배출량	6.5 환경	70	●	
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 오염물질 배출량	6.5.3 오염 방지	-	N/A	
EN21	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질		69	●	
EN22	형태 및 처리 방법별 폐기물 배출량		69	●	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량		-	N/A	
EN24	비정형 업무서 I, II, III, IV에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율		-	N/A	
EN25	보고 조직의 폐수 방출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 이름, 규모, 보호 상태 및 생물다양성 가치	6.5 환경	-	N/A	
		6.5.4 지속가능한 자원 이용			
		6.5.6 자연 보호, 생물다양성 및 자연 서식지 보호			
EN26	제품 및 서비스의 환경영향 저감 활동과 성과	6.5 환경	40-43	●	
		6.5.4 지속가능한 자원 이용			
		6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진			
		6.7.5 지속가능한 소비			
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	6.5 환경	43	●	
		6.5.4 지속가능한 자원 이용			
		6.7.5 지속가능한 소비			
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 벌금 전액 제재 건수	6.5 환경	77	●	2012년 환경 법규 위반 건수 없음
EN29	제품 및 일차재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경영향	6.5 환경	-	○	
		6.5.4 지속가능한 자원 이용			
		6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진			
EN30	환경 보호 지출 및 투자 총액	6.5 환경	71	●	
노동 성과지표					
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	6.4 노동 관행	68	●	
LA2	직원이 직건수 및 비율	6.4.3 고용과 고용 관계	68	●	
LA3	임사직 또는 시간제 직원에게는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택	6.4 노동 관행 / 6.4.3 고용과 고용 관계 / 6.4.4 근로조건과 사회적 보호	47	●	
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	6.4 노동 관행 / 6.4.3 고용과 고용 관계 / 6.4.4 근로조건과 사회적 보호 / 6.4.5 사회적 대화 / 6.3.10 근로 기본 원칙과 권리	50	●	
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간	6.4 노동 관행 / 6.4.3 고용과 고용 관계 / 6.4.4 근로조건과 사회적 보호 / 6.4.5 사회적 대화	50	●	
LA6	노사 공동 보건 안전 위원회 대표하는 직원 비율	6.4 노동 관행	50	●	
LA7	부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	6.4.6 직장 보건과 안전	69	●	
LA8	심각한 질병에 관해 지명 및 그 가족, 지역 주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	6.4 노동 관행 / 6.4.6 직장 보건과 안전 / 6.8 지역사회 참여와 사회 개발 / 6.8.3 지역사회 참여 / 6.8.4 교육과 문화 / 6.8.8 보건과 건강	36, 51	●	
LA9	노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항	6.4 노동 관행 / 6.4.6 직장 보건과 안전	36	●	
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육 시간	6.4 노동 관행 / 6.4.7 인적 개발과 교육 훈련	68	●	
LA11	지속적인 고용과 퇴직 직원 지원을 위한 직무 교육 및 평생 학습 프로그램	6.4 노동 관행	49	●	
		6.4.7 인적 개발과 교육 훈련			
		6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발			
LA12	정기 성과 평가 및 경력 개발 심사 대상 직원의 비율	6.4 노동 관행	48	●	정기 성과 평가 및 경력 개발 심사 대상자는 총합 일인적 (36.1%)에 한함
LA13	이사회 및 직원의 구성 현황(성, 연령, 소수 계층 등 다양성 지표 기준)	6.3.7 차별과 취약 그룹 / 6.3.10 근로 기본 원칙과 권리	68	●	
		6.4 노동 관행			
		6.4.3 고용과 고용 관계			
LA14	직원 범주별 남녀 직원 간 기본급 비율	6.3.7 차별과 취약 그룹 / 6.3.10 근로 기본 원칙과 권리	68	●	
		6.4 노동 관행			
		6.4.3 고용과 고용 관계			
LA15	육아 출산 휴기 이후 업무 복귀율 및 보유율	6.3.7 차별과 취약 그룹 / 6.3.10 근로 기본 원칙과 권리 / 6.4.4 근로조건과 사회적 보호	68	●	

● : 보고서에 공개됨 ● : 보고서에 일부 공개됨 ○ : 보고서에 공개 안됨 N/A : 해당 사항 없음

지표	지표내용	ISO26000 관련 이유	페이지	보고수준	비고
인권 성과지표					
HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약건수 및 비율	6.3 인권/6.3.3 실시/6.3.5 공모회피/ 6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진	63	●	국내법과 국제노동기구에서 비준한 인권 관련 항목을 철저히 계 존수하며 2012년 이와 관련한 위반사항이 발생하지 않음
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권 심사 비율	6.3 인권/6.3.3 실시/6.3.5 공모회피/ 6.4.3 고용과 고용관계/ 6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진	63	●	
HR3	업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 이수	6.3 인권/6.3.5 공모회피	49	●	
HR4	총차별 건수 및 관련 조치	6.3 인권/6.3.6 고충처리/6.3.7 차별과 취약 그룹/6.3.10 근로 기본 원칙과 권리/ 6.4.3 고용과 고용관계	68	●	
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치	6.3 인권/6.3.3 실시/6.3.4 인권 위협상황/ 6.3.5 공모회피/6.3.8 시민권과 정치적 권리/ 6.3.10 근로 기본 원칙과 권리/ 6.4.3 고용과 고용관계/6.4.5 사회적 대화	50	●	
HR6	아동 노동 금지	6.3 인권/6.3.3 실시/6.3.4 인권 위협상황/ 6.3.5 공모회피/6.3.7 차별과 취약 그룹	78	●	코웨이는 아동노동은 물론 강제노동을 원천적으로 금지함
HR7	강제 노동 금지	6.3.10 근로 기본 원칙과 권리	78	●	
HR8	업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	6.3 인권 6.3.5 공모회피 6.4.3 고용과 고용관계 6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진	49	●	
HR9	지역주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	6.3 인권 6.3.6 고충처리 6.3.7 차별과 취약 그룹 6.3.8 시민권과 정치적 권리 6.6.7 재산권 존중	-	N/A	2012년 지역주민 권리침해 건 수(법적 기준) 없었음
HR10	인권 감독 및 영향 평가를 실시하는 사업장의 비율 및 수	6.3.6 고충처리/6.3.9 경제적, 사회적, 문화적 권리	63	●	
HR11	공식적인 불만 전달 메커니즘을 통해 소송제기/대응/해결되는 인권 관련 불만사항의 수	6.3.8 시민권과 정치적 권리	51	●	
사회 성과지표					
SO1	업무 활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	6.3.9 경제적, 사회적, 문화적 권리 6.8 지역사회 참여와 사회 개발 6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발 6.8.7 부와 소득 창출 6.6.7 재산권 존중	57	●	
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	6.6 공정 운영 관행	12	●	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	6.6.3 반부패	12	●	
SO4	부패 사건에 대한 조치	6.6.3 반부패	12	●	
SO5	공공 정책에 대한 입장, 공공 정책 수립 및 로비 활동 참여	6.6 공정 운영 관행 6.6.4 책임 있는 정치 참여	78	●	공공정책에 대해 정부부처에 산업계 의견 전달
SO6	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	6.8.3 지역사회 참여	-	N/A	
SO7	부당 경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 그 결과	6.6 공정 운영 관행 6.6.5 공정 경쟁 6.6.7 재산권 존중	-	○	
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금 전적 제재 건수	6.6 공정 운영 관행 6.6.7 재산권 존중 6.8.7 부와 소득 창출	-	N/A	2012년 해당 내용 없음
SO9	지역사회에 중대한 잠재적 혹은 실제적 악영향을 미치는 사업장	6.3.9 경제적, 사회적, 문화적 권리 6.8 지역사회 참여와 사회 개발 6.8.5 고용 창출과 기술 또는 기능 개발 6.8.7 부와 소득 창출 6.6.7 재산권 존중	-	N/A	
SO10	지역사회에 중대한 잠재적 혹은 실제적 악영향을 미치는 사업장에서 시행되는 예방 및 완화 수단	6.3.8 시민권과 정치적 권리	57	●	
제품 책임 성과지표					
PR1	개선을 목적으로 제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프 사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당 평가 실시 비율	6.3.9 경제적, 사회적, 문화적 권리 6.6.6 영향권 내 사회책임 촉진 6.7 소비자 이슈 6.7.4 소비자 보건, 안전 보호	28, 31	●	
PR2	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상에서 고객의 건강과 안전 영향 관련 규제 및 자발적 규칙 위반 건수	6.7.5 지속 가능한 소비	-	N/A	2012년 해당 내용 없음
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건에 해당하는 주요 제품/서비스의 비율	6.7 소비자 이슈 6.7.3 공정 마케팅, 사실정보제공, 공정계약관행 6.7.4 소비자 보건, 안전 보호 6.7.5 지속 가능한 소비 6.7.6 소비자 서비스, 지원 및 불만 해결	40-43	●	
PR4	제품/서비스 정보 및 리벨링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 건수(결과 유형별)	6.7.9 교육과 인식	30	●	
PR5	고객 만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	6.7 소비자 이슈 6.7.4 소비자 보건, 안전 보호 6.7.5 지속 가능한 소비 6.7.6 소비자 서비스, 지원 및 불만 해결 6.7.8 필수 서비스에 대한 접근 6.7.9 교육과 인식	26-27	●	
PR6	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	6.7 소비자 이슈 6.7.3 공정 마케팅, 사실정보제공, 공정계약관행 6.7.6 소비자 서비스, 지원 및 불만 해결	30	●	
PR7	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수	6.7.9 교육과 인식	30	●	
PR8	고객 개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만 건수	6.7 소비자 이슈 6.7.3 소비자 정보 보호 및 프라이버시	78	●	2012년 고객 정보 유출(198만건)로 인한 고객 클레임 건 수는 420건(2012년 3월 5일 누적 기준)
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	6.7 소비자 이슈 6.7.6 소비자 서비스, 지원 및 불만 해결	78	●	관계 법령 준수. 2012년 마케팅 관련 위반 사항 없음

UNGC/MDGs

UNGC

코웨이는 2006년 6월 UNGC(United Nations Global Compact: 유엔 글로벌 컴팩트)에 가입하여 인권, 노동, 환경, 그리고 반부패에 관한 10가지 원칙을 준수하고 이를 실천함으로써 성장의 추구하고 함께 사회적인 책임을 다하는 기업 시민으로서의 역할을 다하고 있습니다. 본 지속가능경영보고서는 코웨이의 현재와 미래에 대한 스스로의 평가이자 다짐입니다.

구분	원칙
인권	01. 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중한다. 02. 인권 침해에 가담하지 않는다.
노동	03. 결사의 자유 및 단체 교섭권을 인정한다. 04. 모든 형태의 강제 노동을 철폐한다. 05. 아동 노동을 효과적으로 철폐한다. 06. 고용과 업무상 차별을 철폐한다.
환경	07. 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지한다. 08. 보다 큰 환경적 책임을 지는데 앞장선다. 09. 환경 친화적인 기술 개발과 보급을 지원한다.
반부패	10. 부당이득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.



MDGs

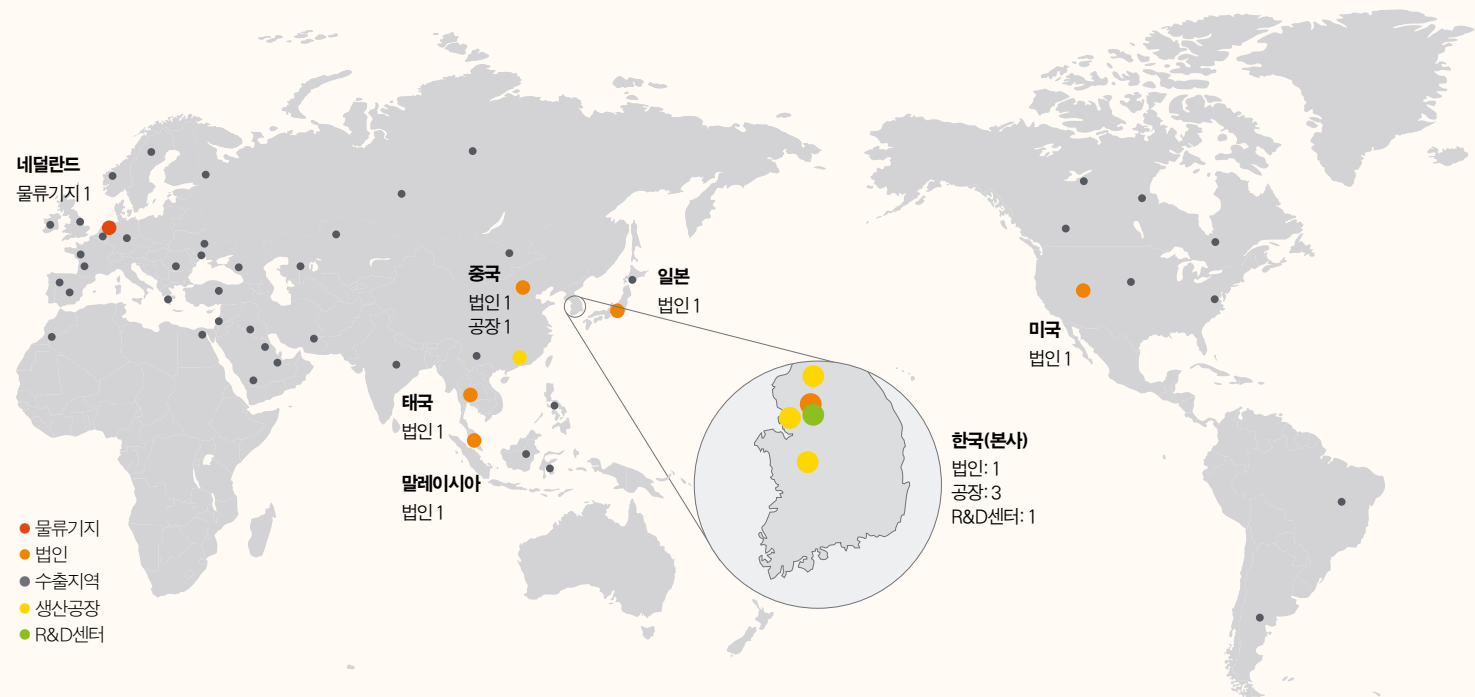
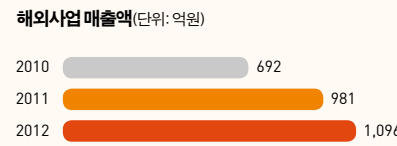
코웨이는 MDGs(Millennium Development Goals: 밀레니엄 개발 목표) 8가지 실천목표를 지지하고 실천하는 데 동참하고 있습니다. MDGs는 2000년 UN에서 채택된 의제로, 2015년까지 빈곤을 반으로 감소시키자는 범 세계적인 약속입니다. 주요 내용으로는 ① 극심한 빈곤과 기아 퇴치, ② 초등교육의 완전보급, ③ 성평등 촉진과 여권 신장, ④ 유아 사망률 감소, ⑤ 임산부의 건강개선, ⑥ 에이즈와 말라리아 등의 질병과의 전쟁, ⑦ 환경 지속 가능성 보장, ⑧ 발전을 위한 전세계적인 동반관계의 구축입니다.



글로벌 네트워크

국내 네트워크

서울사무소/디자인연구소 서울시 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 11층-17층 코웨이 Tel: 02-2172-1007	포천공장 경기도 포천시 신북면 기자리 965-1 Tel: 031-531-0040
R&D센터(환경기술연구소) 서울시 관악구 낙성대동 산4-1번지 서울대 연구공원내 코웨이 R&D센터 Tel: 02-870-5000	유구공장(본사)/환경품질연구소 충청남도 공주시 유구읍 유구리 658 Tel: 041-850-7805
화장품연구소 서울시 금천구 가산동 459-11 제이플라츠 1103호-1104호 Tel: 02-6711-3222	인천공장 인천광역시 남동구 고잔동 676-16 남동공단 85B-14L Tel: 032-820-7019



코웨이 2012 지속가능경영보고서는 두성종이의 매쉬멜로우와 문켄 플라 용지를 사용하였습니다. 매쉬멜로우와 문켄 플라는 FSC(Forest Stewardship Council, 삼림관리협회)로부터 친환경적으로 개발되고 관리된 삼림내에서 생산된 목재를 사용한 제품에만 부착되는 FSC인증을 받은 친환경 용지입니다. 또한 FSC 인증을 받은 인쇄소에서 인쇄과정에서 발생하는 대기 오염물질 발생량을 현저히 줄일 수 있는 공기를 잉크로 인쇄하였습니다.

보고서 담당연락

코웨이는 이해관계자에게 회사의 지속가능경영 활동에 대한 정확하고 신뢰성 있는 정보를 제공하고자 최선을 다하고 있습니다. 본 보고서는 홍보팀이 중심이 되어 생산본부, 환경기술연구소, SCM본부, 마케팅본부, CS본부 등 관련 부서의 협조를 통해 발간되었습니다. 앞으로도 코웨이는 지속가능경영보고서를 통해 지속가능경영 활동을 보다 정확하게 알리도록 노력하겠습니다. 이해관계자 여러분의 의견을 기대합니다.

서울특별시 중구 순화동 7번지 중앙일보빌딩 16층 코웨이 홍보팀
Tel: 02-2172-1285 / Fax: 02-773-2911 / E-mail: shh@coway.co.kr

커뮤니케이션 채널

	www.coway.co.kr 코웨이 대표 웹사이트		www.cowayir.co.kr IR 웹사이트
	blog.coway.co.kr 공식 블로그		twitter.com/cowaystory 공식 트위터

발행일	2013.03.21
발행인	홍준기
발행처	코웨이
담당	홍보팀 정재훈 팀장, 서향희 과장
사진	홍보팀 성효은
기획·디자인	(주)하니커뮤니케이션즈 Tel: 02-325-9889
인쇄	영은문화사 Tel: 02-2274-9250